



UNIVERSIDAD TECNICA DEL NORTE

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS

CARRERA DE CONTABILIDAD Y AUDITORÍA CPA

TRABAJO DE GRADO

TEMA:

“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA MICROEMPRESA DEDICADA A LA PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE ARTÍCULOS DECORATIVOS A BASE DE PINTURA EN TELA, EN LA CIUDAD DE IBARRA, PROVINCIA DE IMBABURA”.

**PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE INGENIERA EN CONTABILIDAD
Y AUDITORÍA CPA.**

AUTORA: Lizeth E. Rosero Ch.

DIRECTOR: Ing. Com. MSC. Luis Vásquez.

IBARRA, MAYO 2016

RESUMEN EJECUTIVO

El presente trabajo es el resultado de una investigación que determina la factibilidad para la creación de una microempresa dedicada a producir y comercializar artículos decorativos a base de pintura en tela, en la ciudad de Ibarra, provincia de Imbabura; este proyecto nace ante la necesidad de mostrar a los habitantes de esta ciudad que gustan de la decoración, nuevas alternativas para elaborar una variedad de artículos que pueden ser utilizados para adornar su hogar, lugar de trabajo, o cualquier espacio que deseen que tenga un ambiente agradable. Consiste en elaborar de manera manual varios artículos decorativos como manteles, cojines y camisetas, principalmente en tela de algodón que es la más apropiada para esta actividad, con una variedad de diseños que serán coloreados con pinturas textiles. Mediante la creación de esta microempresa se desea dar a conocer a la población la innovación en lo que se refiere a materiales que se utilizan para elaborar artículos decorativos, los mismos que son agradables para la vista, adornan y alegran los espacios en los que son ubicados. Además, otro aspecto que se debe destacar en este proyecto es que a través de su ejecución se puede generar fuentes de trabajo, de manera especial a las mujeres que son quienes en su mayoría se dedican a esta actividad, aportando con su creatividad y habilidades, a cambio de generar beneficios tanto para ellas como para la microempresa. Es importante aprovechar el apoyo que brinda el Estado en la actualidad a los emprendedores, puesto que como lo sostiene el Ministerio de Industrias y Productividad, los artesanos y los microempresarios son quienes deben aportar al cambio de la matriz productiva del país, creando productos de calidad y que así los ecuatorianos prefieran la producción nacional, siendo esta una oportunidad para poner en marcha la microempresa de artículos decorativos.

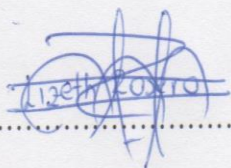
EXECUTIVE SUMMARY

The present work is the result of an investigation that determines the feasibility for the creation of a micro-enterprise dedicated to produce and to sell decorative articles painted in cloth, in Ibarra, Imbabura province; this project born for the necessity to show the inhabitants of this city who like decoration, new alternatives to elaborate a variety of articles that can be used to adorn the home, work place, or any space that they want that the people have a pleasant atmosphere. It is develop manually several decorative articles such as table cloths, cushions and T-shirt, mainly in cotton cloth that is the most appropriate for this activity, with a variety of designs that will be colored with textile paintings. By means of the creation of this micro enterprise is to inform the population the innovation in what refers to materials that are used to elaborate decorative articles, the same ones that are pleasant for the view, these ones adorn and brighten spaces in those are located. In addition, another aspect that should stand out in this project is that through its execution can generate working sources, in a special way to the women who are devoted this activity in its majority, contributing with its creativity and abilities, in exchange for generating benefits as much for them as for the micro-enterprise. It is important the support that offers the State at the present time to people that promote a business, to take advantage as it sustains it in the Ministerio de Industrias y Productividad, the artisans and the micro-entrepreneurs they are who should contribute to the change of the productive matrix of the country, creating products of quality and that the Ecuadorians prefer this way the national production, being this an opportunity to start the micro-enterprises of decorative articles.

DECLARACIÓN DE AUTORÍA

Yo, Lizeth Estefanía Rosero Chuquín, portadora de cédula de ciudadanía N° 100346215-5 declaro bajo juramento que el trabajo aquí descrito es de mi autoría, **“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA MICROEMPRESA DEDICADA A LA PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE ARTÍCULOS DECORATIVOS A BASE DE PINTURA EN TELA, EN LA CIUDAD DE IBARRA, PROVINCIA DE IMBABURA”**, que no ha sido previamente presentado para ningún grado, ni calificación profesional y que luego de haber consultado las referencias bibliográficas concluimos en este documento.

En la ciudad de Ibarra, a los 9 días del mes de mayo de 2016



Lizeth Estefanía Rosero Chuquín

C.C. 100346215-5

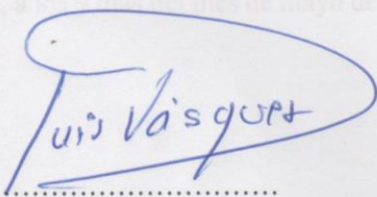
INFORME DE DIRECTOR DEL TRABAJO DE GRADO

En mi calidad de Director del Trabajo de Grado presentado por la egresada Lizeth Estefanía Rosero Chuquín, para optar por el Título de INGENIERA EN CONTABILIDAD Y AUDITORÍA, CPA. Cuyo tema es: **“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA MICROEMPRESA DEDICADA A LA PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE ARTÍCULOS DECORATIVOS A BASE DE PINTURA EN TELA, EN LA CIUDAD DE IBARRA, PROVINCIA DE IMBABURA”**, considero que el presente trabajo reúne los requisitos y méritos suficientes para ser sometido a la presentación pública y evaluación por parte del tribunal examinador que se designe.

En la ciudad de Ibarra, a los 9 días del mes de mayo de 2016

Biblioteca de la Universidad Técnica del Norte.

Ibarra, a los 9 días del mes de mayo de 2016



Ing. Com. MSC. Luis Vásquez Reina

C.I. 100145410-5

DIRECTOR DEL TRABAJO DE GRADO

Lizeth Estefanía Rosero Chuquín



UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

CESIÓN DE DERECHOS DE AUTOR DEL TRABAJO DE GRADO A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

Yo, Lizeth Estefanía Rosero Chuquín, con cédula de identidad Nro. 100346215-5, manifiesto mi voluntad de ceder a la Universidad Técnica del Norte los derechos patrimoniales consagrados en la Ley de Propiedad Intelectual del Ecuador, artículos 4, 5 y 6, en calidad de autor (es) de la obra o trabajo de grado denominado: **“Estudio de factibilidad para la creación de una microempresa dedicada a la producción y comercialización de artículos decorativos a base de pintura en tela, en la ciudad de Ibarra, provincia de Imbabura”**, que ha sido desarrollado para optar por el título de: **Ingeniería en Contabilidad y Auditoría CPA** en la Universidad Técnica del Norte, quedando la Universidad facultada para ejercer plenamente los derechos cedidos anteriormente. En mi condición de autor me reservo los derechos morales de la obra antes citada. En concordancia suscribo este documento en el momento que hago entrega del trabajo final en formato impreso y digital a la Biblioteca de la Universidad Técnica del Norte.

APELLIDOS Y NOMBRES: Rosero Chuquín Lizeth Estefanía

Ibarra, a los 9 días del mes de mayo de 2016

DIRECCIÓN: El Milagro, Calle Narvaiz

EMAIL: lizethrosero@hotmail.com

TELÉFONO FIJO: 0922130362

MÓVIL:


Lizeth Estefanía Rosero Chuquín

C.I. 100346215-5



UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE
BIBLIOTECA UNIVERSITARIA

AUTORIZACIÓN DE USO Y PUBLICACIÓN A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD
TÉCNICA DEL NORTE

1. IDENTIFICACIÓN DE LA OBRA

La Universidad Técnica del Norte dentro del proyecto Repositorio Digital Institucional, determinó la necesidad de disponer de textos completos en formato digital con la finalidad de apoyar los procesos de investigación, docencia y extensión de la Universidad.

Por medio del presente documento dejo sentada mi voluntad de participar en este proyecto, para lo cual pongo a disposición la siguiente información:

DATOS DE CONTACTO			
CÉDULA DE IDENTIDAD:	100346215-5		
APELLIDOS Y NOMBRES:	Rosero Chuquín Lizeth Estefanía		
DIRECCIÓN:	El Milagro, Calle Naranjal		
EMAIL:	lizthestef@hotmail.com		
TELÉFONO FIJO:	062542014	TELÉFONO MÓVIL:	0982530362

DATOS DE LA OBRA	
TÍTULO:	“Estudio de factibilidad para la creación de una microempresa dedicada a la producción y comercialización de artículos decorativos a base de pintura en tela, en la ciudad de Ibarra, provincia de Imbabura”
AUTOR (ES):	Rosero Chuquín Lizeth Estefanía
FECHA: AAAAMMDD	2016 – 05 – 09
SOLO PARA TRABAJOS DE GRADO	
PROGRAMA:	<input checked="" type="checkbox"/> PREGRADO <input type="checkbox"/> POSGRADO
TÍTULO POR EL QUE OPTA:	Ingeniera en Contabilidad y Auditoría CPA
ASESOR /DIRECTOR:	Ing. Com. MSC. Luis Vásquez

2. AUTORIZACIÓN DE USO A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD

Yo, Lizeth Estefanía Rosero Chuquín, con cédula de identidad Nro. 100346215-5, en calidad de autor (es) y titular (es) de los derechos patrimoniales de la obra o trabajo de grado descrito anteriormente, hago entrega del ejemplar respectivo en formato digital y autorizo a la Universidad Técnica del Norte, la publicación de la obra en el Repositorio Digital Institucional y uso del archivo digital en la Biblioteca de la Universidad con fines académicos, para ampliar la disponibilidad del material y como apoyo a la educación, investigación y extensión; en concordancia con la Ley de Educación Superior Artículo 144.

3. CONSTANCIAS

El autor (es) manifiesta (n) que la obra objeto de la presente autorización es original y se la desarrolló, sin violar derechos de autor de terceros, por lo tanto la obra es original y que es (son) el (los) titular (es) de los derechos patrimoniales, por lo que asume (n) la

responsabilidad sobre el contenido de la misma y saldrá (n) en defensa de la Universidad en caso de reclamación por parte de terceros.

Ibarra, a los 9 días del mes de mayo de 2016

LA AUTORA:

A handwritten signature in blue ink, appearing to read 'Lizeth Rosero', is written over a horizontal dotted line.

Lizeth Rosero

C.I. 100346215-5

DEDICATORIA

Dedico este trabajo en primer lugar a Dios, por brindarme salud, fortaleza, por derramar todas sus bendiciones sobre mí y por permitirme alcanzar este objetivo.

También se lo dedico con mucho cariño a mis padres, quienes con su apoyo constante e incondicional me motivaron siempre a seguir adelante hasta alcanzar esta meta trazada hace cinco años. Ellos han sido mi fuente de inspiración para superar todos los obstáculos que se me ha presentado a lo largo de esta etapa de mi vida.

A todos mis familiares, quienes me brindaron su apoyo.

Lizeth Rosero

AGRADECIMIENTO

Agradezco de manera especial a la Universidad Técnica del Norte, por acogerme en sus aulas y poder ser parte de tan prestigiosa institución para formarme académica y profesionalmente con excelentes catedráticos.

Infinitas gracias a todos mis maestros, quienes con su experiencia y dedicación, supieron transmitirme sus conocimientos que son de gran utilidad para aplicarlos y poder desenvolverme en el ámbito laboral.

Al Ing. Luis Vásquez por ser el guía en el proceso de elaboración de este proyecto, con el que concluye mi etapa universitaria.

Lizeth Rosero

PRESENTACIÓN

En el presente trabajo denominado: **“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA MICROEMPRESA DEDICADA A LA PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE ARTÍCULOS DECORATIVOS A BASE DE PINTURA EN TELA, EN LA CIUDAD DE IBARRA, PROVINCIA DE IMBABURA”**, se desarrollaron siete capítulos que se detallan a continuación:

En el primer capítulo se realizó el Diagnóstico Situacional que permitió determinar el escenario actual de la microempresa, en el cual se identificó y analizó los aliados, oponentes, oportunidades y riesgos a través de la matriz AOOR, con este diagnóstico se pudo conocer los factores que tienen incidencia en el desarrollo de la investigación.

En el segundo capítulo denominado Marco Teórico se realizó investigaciones bibliográficas y documentales, tratando de recolectar información de calidad de fuentes confiables y exactas que ayuden a estructurar las bases teóricas – científicas para el desarrollo del proyecto, dichas investigaciones se las realizó en libros, revistas, publicaciones y en internet.

El tercer capítulo presenta el Estudio de Mercado que permitió conocer los gustos y preferencias de los potenciales clientes, a través de instrumentos de investigación que en este caso fueron las encuestas y fichas de observación; además fue posible determinar cuál es la oferta, la demanda, la competencia y el precio que tienen los productos en el mercado.

En el cuarto capítulo denominado Estudio Técnico se estableció el tamaño y la localización óptima del proyecto, analizando los diferentes escenarios seleccionados, también se tuvo conocimiento de todos los requerimientos necesarios para la producción en esta

microempresa como recursos financieros, materias primas, materiales y la mano de obra necesaria.

El quinto capítulo contiene un Estudio Financiero, el mismo que permitió tener claro cuál es la inversión total necesaria para poner en marcha el proyecto, también se pudo conocer en qué tiempo se la puede recuperar y cuál es la utilidad que generó el mismo una vez que se esté produciendo y comercializando los artículos decorativos.

En el sexto capítulo se diseñó la Estructura Organizacional y Funcional de la microempresa, teniendo en cuenta la base filosófica que consta de misión, visión, principios y valores; también se elaboró un manual de funciones que permita al personal de todas las áreas conocer cuáles son las actividades que deben realizar para que las cumplan de manera responsable, eficiente y eficazmente.

Finalmente, en el séptimo capítulo se determinaron los principales Impactos que genera el establecimiento y puesta en marcha de esta microempresa, a través de la investigación en diferentes ámbitos como social, económico, empresarial, comercial y ambiental.

ÍNDICE GENERAL

RESUMEN EJECUTIVO	ii
EXECUTIVE SUMMARY	iii
DECLARACIÓN DE AUTORÍA.....	iv
INFORME DE DIRECTOR DE TRABAJO DE GRADO	v
CESIÓN DE DERECHOS DE AUTOR DEL TRABAJO DE GRADO	vi
AUTORIZACIÓN DE USO Y PUBLICACIÓN	vii
DEDICATORIA	x
AGRADECIMIENTO	xi
PRESENTACIÓN.....	xii
ÍNDICE GENERAL	xiv
ÍNDICE DE CUADROS.....	xxi
ÍNDICE DE TABLAS	xxii
ÍNDICE DE GRÁFICOS	xxv
INTRODUCCIÓN	xxvii
OBJETIVOS	xxviii
JUSTIFICACIÓN	xxx
METODOLOGÍA	xxxii
CAPÍTULO I	35
DIAGNÓSTICO SITUACIONAL	35
Antecedentes	35
Objetivos del diagnóstico.....	36
Objetivo general.....	36
Objetivos Específicos.....	37
Variables diagnósticas	37
Indicadores que definen las variables	37
Matriz de relación diagnóstica	38
Análisis de variables diagnósticas	39
Aspectos geográficos.	39
Aspectos demográficos.	39
Características socio-económicas	40
Diagnóstico a los productores	42

Resultados del diagnóstico.....	45
Matriz Aliados, Oponentes, Oportunidades, Riesgos (AOOR).	45
Determinación de la oportunidad de inversión	46
CAPÍTULO II	47
MARCO TEÓRICO.....	47
La microempresa.....	47
Definición.	47
Características.	47
Diagnóstico situacional	48
Definición.	48
Variables.	48
Variables diagnósticas.	49
Indicadores.	49
Decoración	49
Definición.	49
Decorar con manteles.....	49
Decorar con cojines.....	50
Camisetas decoradas	50
Tela	50
Definición.	50
Tela de algodón.....	50
Pintura	51
Definición.	51
Pintura decorativa.	51
Pintura para tela.	51
Pintura sobre tela.....	52
Estudio de mercado	52
Definición.	52
Mercado.	53
Segmentación de mercado.	53
Producto.	54
Oferta.	54
Demanda.	55
Precio.	55

Plaza.	56
Promoción.	56
Estudio técnico.	56
Definición.	56
Proyecto.	57
Tamaño del proyecto.	57
Localización del proyecto.	58
Ingeniería del proyecto.	58
Estudio financiero	59
Definición.	59
Indicadores de evaluación financiera.	59
Valor actual neto (VAN).	59
Tasa interna de retorno (TIR).	59
Relación beneficio – costo.	60
Período de recuperación de la inversión.	60
Punto de equilibrio.	61
Estructura organizacional.	62
Definición.	62
Misión.	62
Visión.	62
Organigrama funcional.	63
Impactos.	63
CAPÍTULO III.	65
ESTUDIO DE MERCADO	65
Planteamiento del problema de investigación.	65
Objetivos del estudio de mercado	66
Objetivo general.	66
Objetivos específicos.	66
Identificación de la población	66
Segmentación del mercado	67
Mercado objetivo.	67
Cálculo de la muestra.	68
Diseño de instrumentos de investigación.	69
Información primaria.	69

Aplicación de los instrumentos de investigación.....	69
Aplicación de la encuesta.....	69
Aplicación de las fichas de observación	84
Conclusión de los resultados.....	84
Identificación del producto	85
Material de elaboración.....	86
Análisis de la demanda de mercado.....	86
Demanda actual.....	86
Demanda potencial proyectada.	87
Demanda potencial proyectada de manteles decorativos.....	88
Demanda potencial proyectada de cojines decorativos.	88
Demanda potencial proyectada de camisetas decoradas.....	88
Análisis de la oferta	89
Oferta actual.....	89
Oferta potencial proyectada.	90
Oferta potencial proyectada de manteles decorativos.....	91
Oferta potencial proyectada de cojines decorativos.....	91
Oferta potencial proyectada de camisetas decoradas.....	91
Demanda potencial a satisfacer.....	92
Demanda potencial de manteles decorativos a satisfacer.	92
Demanda potencial de cojines decorativos a satisfacer.	92
Demanda potencial de camisetas decoradas a satisfacer.	93
Demanda a captar por el proyecto	93
Demanda de manteles decorativos a captar.	94
Demanda de cojines decorativos a captar.	94
Demanda de camisetas decoradas a captar.	94
Precio	95
Fijación de precios.	95
Estrategias de comercialización.....	96
Conclusiones del estudio de mercado	97
CAPÍTULO IV.....	98
ESTUDIO TÉCNICO	98
Presentación	98
Tamaño del proyecto.....	99

Producción.	99
Materia prima.	99
Talento humano.	100
Materiales e insumos.	101
Estacionalidad de la demanda.	101
Distribución de la planta.	101
Localización del proyecto.	103
Macro localización del proyecto.	103
Micro localización del proyecto.	106
Ingeniería del proyecto.	111
Diagrama de bloques.	113
Flujograma de procesos.	117
Inversiones.	120
CAPÍTULO V	126
ESTUDIO ECONÓMICO Y FINANCIERO	126
Ingresos	126
Cantidad de ventas.	126
Precio de venta.	126
Ingresos proyectados.	129
Egresos.	129
Costo de producción.	130
Gastos administrativos.	135
Gastos de ventas.	141
Gasto depreciación y amortización.	144
Gastos financieros.	145
Resumen de egresos proyectados.	146
Balances	147
Estado de situación financiera.	147
Estado de resultados integral proyectado.	148
Flujo de caja proyectado.	149
Estado de Producción y Ventas.	150
Evaluación financiera.	151
Costo de oportunidad.	151
Tasa de rendimiento medio.	151

Valor actual neto (VAN).....	152
Tasa interna de retorno (TIR).	153
Período de recuperación de la inversión.	154
Punto de equilibrio.....	154
Beneficio Costo.....	155
Tasa de rendimiento beneficio costo.....	156
Resumen de la evaluación financiera.....	157
CAPÍTULO VI.....	158
ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL	158
Nombre de la microempresa	158
Base legal de la microempresa.....	158
Tipo de microempresa.....	158
Requisitos legales.....	159
Base filosófica.....	161
Misión.	161
Visión.....	161
Principios.	161
Valores.	162
Políticas.....	163
Estructura organizacional.....	164
Niveles estructurales.	164
Estructura funcional	165
Control Interno.....	171
CAPÍTULO VII	172
IMPACTOS	172
Análisis de impactos	172
Impacto social	173
Impacto económico	174
Impacto empresarial.....	175
Impacto comercial.....	176
Impacto ambiental.....	177
Impacto general.....	178
CONCLUSIONES	179
RECOMENDACIONES.....	180

BIBLIOGRAFÍA	181
LINKOGRAFÍA	183
ANEXOS	185
ANEXO 1: Encuesta dirigida a mujeres ibarreñas con edades comprendidas entre los 20 y 65 años.	186
ANEXO 2: Fichas de observación aplicadas a locales que comercializan artículos decorativos.	189
ANEXO 3: Tabla de proveedores	194
ANEXO 4: Tabla de porcentajes para el pago del Impuesto a la Renta para Personas Naturales establecida por el Servicio de Rentas Internas para el año 2016.	195

ÍNDICE DE CUADROS

Cuadro N°. 1 Indicadores que definen las variables	37
Cuadro N°. 2 Matriz de relación diagnóstica	38
Cuadro N°. 3 Matriz AOOR.....	45
Cuadro N°. 4 Criterios de segmentación del mercado	67
Cuadro N°. 5 Macro localización del proyecto	104
Cuadro N°. 6 Factores de localización	107
Cuadro N°. 7 Diagrama de bloques.....	113
Cuadro N°. 8 Simbología del flujograma.....	117

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla N°. 1 Población femenina en Ibarra 2015	40
Tabla N°. 2 Población económicamente activa en Ibarra 2015	40
Tabla N°. 3 Actividades económicas de los ibarreños 2015	41
Tabla N°. 4 Preferencia de artículos decorativos	70
Tabla N°. 5 Conocimiento de la técnica.....	71
Tabla N°. 6 Artículos decorativos	72
Tabla N°. 7 Lugares donde los venden	73
Tabla N°. 8 Le gustaría adquirir este tipo de artículos?	74
Tabla N°. 9 Cuáles?.....	75
Tabla N°. 10 Por qué medio?	76
Tabla N°. 11 Valor que pagaría por un mantel	77
Tabla N°. 12 Valor que pagaría por un cojín	78
Tabla N°. 13 Valor que pagaría por una camiseta.....	79
Tabla N°. 14 Manteles que compraría al año	80
Tabla N°. 15 Cojines que compraría al año	81
Tabla N°. 16 Camisetas que compraría al año	82
Tabla N°. 17 Medios publicitarios	83
Tabla N°. 18 Demanda actual	87
Tabla N°. 19 Demanda potencial proyectada de manteles decorativos	88
Tabla N°. 20 Demanda potencial proyectada de cojines decorativos	88
Tabla N°. 21 Demanda potencial proyectada de camisetas decoradas	88
Tabla N°. 22 Oferta actual.....	90
Tabla N°. 23 Oferta potencial proyectada de manteles decorativos	91
Tabla N°. 24 Oferta potencial proyectada de cojines decorativos	91
Tabla N°. 25 Oferta potencial proyectada de camisetas decoradas.....	91
Tabla N°. 26 Demanda potencial de manteles a satisfacer	92
Tabla N°. 27 Demanda potencial de cojines a satisfacer	92
Tabla N°. 28 Demanda potencial de camisetas a satisfacer	93
Tabla N°. 29 Demanda de manteles a captar	94
Tabla N°. 30 Demanda de cojines a captar	94
Tabla N°. 31 Demanda de camisetas decoradas a captar	94
Tabla N°. 32 Producción estimada en unidades	99

Tabla N°. 33 Escala de evaluación de factores	107
Tabla N°. 34 Matriz de evaluación de factores	108
Tabla N°. 35 Escala de evaluación de factores	110
Tabla N°. 36 Matriz de evaluación de factores	110
Tabla N°. 37 Maquinaria y equipo	120
Tabla N°. 38 Herramientas.....	121
Tabla N°. 39 Muebles y enseres.....	121
Tabla N°. 40 Equipo de computación	122
Tabla N°. 41 Resumen de activos fijos	122
Tabla N°. 42 Activos diferidos.....	123
Tabla N°. 43 Capital de trabajo	123
Tabla N°. 44 Inversión del proyecto	124
Tabla N°. 45 Financiamiento del proyecto.....	125
Tabla N°. 46 Ventas de artículos decorativos	126
Tabla N°. 47 Precio de venta manteles	127
Tabla N°. 48 Precio de venta cojines	127
Tabla N°. 49 Precio de venta camisetas	128
Tabla N°. 50 Proyección del precio de venta	129
Tabla N°. 51 Ingresos proyectados	129
Tabla N°. 52 Materia prima manteles	130
Tabla N°. 53 Materia prima cojines	131
Tabla N°. 54 Materia prima camisetas	131
Tabla N°. 55 Costo materia prima proyectado	132
Tabla N°. 56 Tasa de crecimiento salarial.....	132
Tabla N°. 57 Costo mano de obra proyectado	133
Tabla N°. 58 Costos indirectos de fabricación	134
Tabla N°. 59 Costos indirectos de fabricación proyectados.....	134
Tabla N°. 60 Resumen de costos de producción proyectados.....	135
Tabla N°. 61 Gasto sueldo personal administrativo proyectado	135
Tabla N°. 62 Gasto arriendo proyectado	136
Tabla N°. 63 Gasto útiles de oficina	136
Tabla N°. 64 Gasto útiles de oficina proyectado.....	137
Tabla N°. 65 Gasto útiles de aseo	138
Tabla N°. 66 Gasto útiles de aseo proyectado.....	138

Tabla N°. 67 Gasto servicios básicos	139
Tabla N°. 68 Gasto servicios básicos proyectado	139
Tabla N°. 69 Gasto Servicios Profesionales.....	140
Tabla N°. 70 Resumen gastos administrativos proyectados	140
Tabla N°. 71 Gasto sueldo área de ventas proyectado	141
Tabla N°. 72 Gasto publicidad proyectado	142
Tabla N°. 73 Gasto arriendo proyectado	142
Tabla N°. 74 Gasto transporte	143
Tabla N°. 75 Gasto servicios básicos	143
Tabla N°. 76 Gasto servicios básicos proyectados.....	143
Tabla N°. 78 Resumen gastos de ventas proyectados	144
Tabla N°. 79 Depreciación activos fijos.....	144
Tabla N°. 80 Depreciación activos fijos proyectada	145
Tabla N°. 81 Amortización activos diferidos	145
Tabla N°. 82 Tabla de amortización del préstamo	146
Tabla N°. 83 Gastos financieros.....	146
Tabla N°. 84 Resumen de egresos proyectados	147
Tabla N°. 85 Estado de situación financiera	147
Tabla N°. 86 Estado de resultados integral	148
Tabla N°. 87 Flujo de caja proyectado	149
Tabla N°. 88 Estado de Producción y Ventas	150
Tabla N°. 89 Costo de oportunidad.....	151
Tabla N°. 90 VAN inferior.....	152
Tabla N°. 91 VAN superior.....	152
Tabla N°. 92 Tasa Interna de Retorno TIR	153
Tabla N°. 93 Período de recuperación de la inversión	154
Tabla N°. 94 Punto de equilibrio.....	155
Tabla N°. 95 Beneficio Costo	156
Tabla N°. 96 Resumen de la evaluación financiera	157
Tabla N°. 97 Matriz de valoración de impactos.....	172
Tabla N°. 98 Impacto social.....	173
Tabla N°. 99 Impacto económico.....	174
Tabla N°. 100 Impacto empresarial.....	175
Tabla N°. 101 Impacto comercial	176

Tabla N°. 102 Impacto ambiental	177
Tabla N°. 103 Impacto general	178

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico N°. 1 Preferencia de artículos decorativos	70
Gráfico N°. 2 Conocimiento de la técnica.....	71
Gráfico N°. 3 Artículos decorativos	72
Gráfico N°. 4 Lugares donde los venden	73
Gráfico N°. 5 Le gustaría adquirir este tipo de artículos?	74
Gráfico N°. 6 Cuáles?.....	75
Gráfico N°. 7 Por qué medio?	76
Gráfico N°. 8 Valor que pagaría por un mantel	77
Gráfico N°. 9 Valor que pagaría por un cojín	78
Gráfico N°. 10 Valor que pagaría por una camiseta	79
Gráfico N°. 11 Manteles que compraría al añoP.....	80
Gráfico N°. 12 Cojines que compraría al año	81
Gráfico N°. 13 Camisetas que compraría al año	82
Gráfico N°. 14 Medios publicitarios	83
Gráfico N°. 15 Área de producción y administración.....	102
Gráfico N°. 16 Área de ventas	103
Gráfico N°. 17 Mapa del Ecuador.....	105
Gráfico N°. 18 Ubicación geográfica de Imbabura.....	105
Gráfico N°. 19 Localización geográfica de Ibarra	106
Gráfico N°. 20 Sector de localización del proyecto	109
Gráfico N°. 21 Manteles.....	112
Gráfico N°. 22 Cojines.....	112
Gráfico N°. 23 Camisetas.....	112
Gráfico N°. 24 Recepción de materia prima	114
Gráfico N°. 25 Plantear el diseño.....	114
Gráfico N°. 26 Dibujar el diseño en la tela	115
Gráfico N°. 27 Aplicar las pinturas decorativas.....	115
Gráfico N°. 28 Realizar los acabados.....	116
Gráfico N°. 29 Almacenamiento	116

Gráfico N°. 30 Comercialización	117
Gráfico N°. 31 Flujograma de procesos.	119
Gráfico N°. 32 Logotipo de la microempresa	158
Gráfico N°. 33 Estructura organizacional	164

INTRODUCCIÓN

San Miguel de Ibarra es una ciudad ubicada en la Región Sierra Norte del Ecuador, conocida como “ciudad a la que siempre se vuelve” o “La Ciudad Blanca” por las fachadas blancas que presenta su centro histórico luego del terremoto de 1868, es la capital de la provincia de Imbabura, es una ciudad con un clima agradable que posee paisajes diversos, se caracteriza por la amabilidad de sus habitantes y por el gusto en la decoración del hogar. Es el centro de desarrollo económico, educativo y científico de la región de acuerdo a la información obtenida del Municipio de Ibarra.

La decoración de las viviendas en las familias ibarreñas en la actualidad es de gran importancia puesto que buscan generar un ambiente acogedor, cálido y funcional, además permite mostrar a los demás la imagen de su hogar, por lo que siempre buscan productos innovadores y creativos; de igual manera la decoración en las oficinas es importante porque se puede crear un ambiente adecuado y tranquilo para realizar las actividades diarias, es por eso que se pretende dar a conocer artículos elaborados utilizando las diferentes técnicas de pintura sobre tela, que se utilizarán en el ornato de las casas y oficinas.

Este proyecto está enfocado en producir y comercializar artículos decorativos tales como cuadros, cojines, sobremesas, servilletas, caminos de mesa, camisetas y demás, elaborados en telas de algodón, gamuza, rayón, entre otras, coloreadas con pinturas innovadoras en el campo de las manualidades y especiales para este tipo de telas, con diseños exclusivos, los mismos que también pueden ir acorde a la temporada del año en que nos encontremos.

OBJETIVOS

Objetivo general

Realizar un estudio de factibilidad para la creación de una microempresa dedicada a la producción y comercialización de artículos decorativos a base de pintura en tela, en la ciudad de Ibarra, provincia de Imbabura, a través de investigación documental y de campo.

Objetivos específicos

- Realizar un diagnóstico situacional externo que permita analizar las características del entorno, mediante una matriz de aliados, oponentes, oportunidades y riesgos que sustentarán al proyecto.
- Estructurar las bases teóricas – científicas que permita fundamentar el proyecto, mediante una investigación bibliográfica y documental.
- Realizar un estudio de mercado mediante el análisis de la oferta, demanda, precio y competencia, para determinar la pre factibilidad del proyecto de artículos decorativos elaborados a base de pintura sobre tela.
- Realizar el estudio técnico que permita determinar la estructura, tamaño y localización de la microempresa; a través de una evaluación de factores de localización.
- Realizar la evaluación económica – financiera que permita determinar la rentabilidad que generará el proyecto a través de los diferentes criterios de evaluación financiera.

- Diseñar la estructura organizacional y funcional de la microempresa, estableciendo aspectos como misión, visión, principios, valores y funciones para conocer las actividades que cada trabajador debe desarrollar.

- Determinar los principales impactos que generará la creación y ejecución de esta microempresa mediante un análisis en el ámbito económico, social, educativo y productivo, para tomar las medidas respectivas en el caso que los impactos generados provoquen efectos negativos.

JUSTIFICACIÓN

Debido al valor que le brindan las familias ibarreñas a la decoración del hogar y oficinas, surge la idea de crear una microempresa que se dedique a elaborar y comercializar artículos decorativos a base de pintura sobre tela, buscando tener aceptación por parte la población de la ciudad de Ibarra, apoyándose en que los productos ofertados son de calidad, tienen precios convenientes y la atención a los clientes será siempre buena.

Actualmente, en la ciudad de Ibarra, el número de locales existentes que comercialicen artículos decorativos para el hogar y oficinas de acuerdo a la información de las actividades económicas en Ibarra, obtenida de la base de datos del Municipio de Ibarra en noviembre del 2015, es de 30, dentro de los cuales la mayoría de almacenes ofertan productos elaborados con cerámica, yeso, madera y bordados; y alrededor de 5 locales lo hacen de productos elaborados a base de pintura sobre tela.

Esta actividad será realizada por las hábiles manos de mujeres emprendedoras acompañadas de su creatividad e imaginación, buscando dar a conocer sus capacidades y destrezas, logrando así beneficiarse por la remuneración que obtendrán por esta actividad. Esperando en el futuro, que los productos sean reconocidos en toda la ciudad y también a nivel provincial y nacional, generando mayores beneficios económicos para las familias de las personas involucradas en esta labor.

La necesidad por la que surge la creación de esta microempresa es porque se quiere brindar la oportunidad de tener una fuente de trabajo a las mujeres que muchas veces son jefes de hogar y no cuentan con un trabajo estable, ayudando de esta manera a mejorar la calidad de vida de sus familias.

A las personas que ingresen a laborar en el área de producción, previamente se les capacitará, impartiendo conocimientos de las diferentes técnicas de pintura sobre tela que existen y del proceso que se debe seguir para la elaboración de los productos; de esta manera se podrán elaborar artículos de acuerdo a los gustos y requerimientos de los clientes, es decir, artículos personalizados, siendo ésta una ventaja competitiva para la microempresa.

Este proyecto dedicado a la producción y comercialización de artículos decorativos a base de pintura en tela, no requiere de un gran capital para poder iniciarlo, considerando que los materiales utilizados son de bajo costo y no se requiere de tecnología de punta para la elaboración de los productos, siendo así una buena opción para ponerlo en marcha.

METODOLOGÍA

Método

Un método es el procedimiento que se debe emplear para realizar la actividad que se quiere desempeñar; es la manera de alcanzar un objetivo planteado. Entre los principales métodos a utilizar están:

- ✓ Método Inductivo
- ✓ Método Deductivo
- ✓ Método Analítico
- ✓ Método Sintético

➤ Método Inductivo

Se lo aplicará en el desarrollo del tercer capítulo denominado Estudio de Mercado, dicho estudio será realizado en la ciudad de Ibarra, formulando encuestas y entrevistas que permitirán conocer quiénes pueden ser los potenciales clientes de la microempresa, con estas herramientas se podrá obtener información relevante que permitirá direccionar de mejor manera el proyecto.

➤ Método Deductivo

El método deductivo es el que parte de conocimientos generales para llegar a lo particular, es decir, se analiza lo universal para tener conclusiones y conocer lo individual. Se lo puede aplicar en el desarrollo del primer capítulo, permitiendo conocer de manera general el macro ambiente del proyecto, para luego analizar cada una de las variables que se relacionan con el mismo.

➤ **Método Analítico**

Para aplicar este método en el desarrollo del tercer y cuarto capítulo, es necesario tener la suficiente información en todo lo relacionado al Estudio de Mercado que nos permitirá conocer la oferta y demanda de los productos y también del Estudio Técnico para saber de manera concreta cual será la localización ideal de la microempresa; este método descompone todo lo que se desea investigar en partes pequeñas para tener mayor certeza en el estudio.

➤ **Método Sintético**

Para poder desarrollar el segundo capítulo que se refiere al Marco Teórico del proyecto, se necesita aplicar el método sintético, porque se condensarán todas las ideas y términos principales e importantes del tema para brindar una información más clara acerca del proyecto que se realiza.

Técnicas

Las técnicas son los procedimientos e instrumentos que utilizamos para acceder al conocimiento de los gustos y preferencias que tienen los potenciales clientes. Las técnicas que se utilizarán en esta investigación son:

- ✓ Observación
- ✓ Encuesta
- ✓ Entrevista

➤ **Observación**

Esta técnica se utiliza principalmente para obtener información primaria acerca de los aspectos que se investigan, los resultados logrados mediante la aplicación de la observación

deben ser lo más apegados a la realidad; se la utilizará para analizar a los competidores y a los potenciales clientes.

➤ **Encuesta**

La encuesta es una técnica que se utiliza para recopilar información de manera escrita, a través de un cuestionario que contiene una serie de preguntas relacionadas al tema del cual se quiere conocer la opinión, se aplica las encuestas a una muestra representativa del total de la población hacia la cual va dirigido el producto que se desea ofertar para saber si tiene aceptación por parte de ellos.

➤ **Entrevista**

A través de la entrevista se puede recolectar información de manera oral, es posible captar los gestos, tono de voz y el énfasis que pone la persona entrevistada al momento de responder las preguntas, esta herramienta se la usará para obtener información de personas expertas en técnicas de pintura sobre tela que será de gran ayuda para la ejecución del proyecto.

CAPÍTULO I

1. DIAGNÓSTICO SITUACIONAL

1.1. Antecedentes

Ibarra es la capital de la provincia de Imbabura, se localiza a 115 Km. al noroeste de Quito y a 125 Km. al sur de Tulcán, es dueña de un agradable clima seco - templado y tiene una temperatura promedio de 18°C. Es una ciudad constituida por cinco parroquias urbanas: San Francisco, El Sagrario, Caranqui, Alpachaca y Priorato; y siete parroquias rurales: San Antonio, La Esperanza, Angochagua, Ambuquí, Salinas, La Carolina y Lita.

Esta ciudad es considerada como el centro de desarrollo económico de la región norte del país, sus habitantes se caracterizan por ser gente amable, emprendedora y con ganas de salir siempre adelante. En los ibarreños predomina el arte y la cultura, la expresan a través de pintura, escultura, escritura, artesanías entre otros.

El arte de la pintura sobre tela nació a finales del siglo XV en Venecia donde se utilizaba telas de lino puesto que tenía varias ventajas entre ellas su fácil transportación. En la actualidad existen distintos tipos de tela de fibras naturales y sintéticas sobre las cuales se puede aplicar la técnica de pintura, obteniendo excelentes resultados por la gran cantidad de productos utilizados para esta actividad existente en el mercado.

El término decoración, proviene del latín *decoratĭo*, se refiere al proceso y resultado de adornar un determinado lugar, como puede ser una casa, una oficina, entre otros; también se usa para designar al conjunto de elementos que adornan un ambiente determinado. Por lo tanto nos propone una serie de posibilidades para alegrar, ordenar y organizar nuestro hogar o espacio de trabajo.

Las tendencias existentes en el ámbito de la decoración siempre apuestan por colores y estilos diferentes, entre ellos está el estilo minimalista que se caracteriza por ser sencillo, predominan los colores neutros, es ordenado y los elementos ornamentales son escasos; la decoración rústica se identifica por el predominio de la madera en pisos, paredes, mobiliario y acabados; y la decoración clásica que la mayor parte de las personas la prefiere, es la que abundan los colores cálidos, está presente la madera y los acabados son de tipo floral o geométrico.

Los productos para la decoración que se pueden elaborar empleando esta técnica son muy diversos entre los cuales se destacan manteles, cojines, camisetas con diseños personalizados, entre otros. La materia prima principal que se utilizará es tela de algodón y pintura para la misma. Se desea brindar a las familias ibarreñas una nueva opción en lo que se refiere a la adquisición de artículos que servirán de adorno tanto para su ambiente familiar como de trabajo, buscando de esta manera generar ingresos para la microempresa.

El presente estudio se realiza con el propósito de conocer la demanda potencial de los artículos decorativos a base de pintura en tela, mostrar la producción generada por manos de mujeres ibarreñas y fomentar su comercialización en el mercado.

1.2. Objetivos del diagnóstico

1.2.1. Objetivo general.

Realizar un diagnóstico situacional del entorno mediante el análisis de varios indicadores, que permita conocer el ambiente actual de Ibarra e identificar los aliados, oponentes, oportunidades y riesgos que presenta la implementación de este proyecto.

1.2.2. Objetivos Específicos.

- Estudiar los aspectos geográficos de la ciudad de Ibarra, para determinar el sector en el cual se va a ejecutar el proyecto, mediante una investigación documental.
- Analizar las características demográficas de los habitantes de la ciudad de Ibarra, a través de la información obtenida del INEC para identificar a la población a la cual se dirige el proyecto.
- Investigar las características socio-económicas de los ibarreños, utilizando indicadores clave para conocer si existe la disponibilidad de adquirir los productos que se va a ofertar.

1.3. Variables diagnósticas

- Aspectos geográficos
- Aspectos demográficos
- Características socio-económicas

1.4. Indicadores que definen las variables

Cuadro N°. 1 Indicadores que definen las variables

Aspectos geográficos	Aspectos demográficos	Aspectos socio-económicos
Localización geográfica	Población de Ibarra	Población económicamente
	Población femenina	activa
	Población femenina entre 20	Actividades económicas
	y 65 años	Canasta familiar básica
		Empleo y subempleo en
		Ibarra
		Tasas de interés activas

1.5. Matriz de relación diagnóstica

Cuadro N°. 2 Matriz de relación diagnóstica

OBJETIVOS	VARIABLES	INDICADORES	TÉCNICAS	INFORMANTES
Estudiar los aspectos geográficos de la ciudad de Ibarra, para determinar el sector en el cual se va a ejecutar el proyecto, mediante una investigación documental.	Aspectos geográficos	➤ Localización geográfica	Observación	M.I., PDOT
Analizar las características demográficas de los habitantes de la ciudad de Ibarra, a través de la información obtenida del INEC para identificar a la población a la cual se dirige el proyecto.	Aspectos demográficos	➤ Población en Ibarra ➤ Población femenina ➤ Población femenina entre 20 y 65 años	Observación Observación Observación	INEC INEC INEC
Investigar las características socio-económicas de los ibarreños, utilizando indicadores clave para conocer si existe la disponibilidad de adquirir los productos que se va a ofertar.	Características socio-económicas	➤ PEA ➤ Actividades económicas ➤ Canasta básica familiar ➤ Empleo y subempleo en Ibarra ➤ Tasas de interés activas	Observación Observación Observación Observación Observación	INEC INEC INEC INEC BCE

1.6. Análisis de variables diagnósticas

1.6.1. Aspectos geográficos.

Localización geográfica

El cantón Ibarra se encuentra ubicado en la provincia de Imbabura, constituyéndose como capital de la misma; limita al norte con Carchi, al sur con Pichincha, al este con Pimampiro y al oeste con Urcuquí, Antonio Ante y Otavalo; tiene una superficie de 41.68 km² de zona urbana en la que se encuentran las parroquias de El Sagrario, San Francisco, Caranqui, Alpachaca y La Dolorosa del Priorato; la superficie de la zona rural es de 1.162.22 km² y la componen las parroquias de Ambuquí, Angochagua, La Carolina, La Esperanza, Lita, Salinas y San Antonio.

1.6.2. Aspectos demográficos.

1.6.2.1. Población de Ibarra.

De acuerdo a la información proporcionada por el Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC) del último censo realizado en el 2010, la población en Imbabura es de 181.175. Tomando como referencia la proyección poblacional establecida por la misma institución para el año 2015, la población en Imbabura asciende a 200.329.

1.6.2.2. Población femenina.

La población femenina en Ibarra, según los datos del INEC basados en el censo realizado en el año 2010, es de 93.389 mujeres, es decir, las mujeres representan el 52% del total de la población ibarreña. De acuerdo a las proyecciones poblacionales para el año 2015, este segmento poblacional es de 104.171 mujeres, esto se puede evidenciar en la siguiente tabla:

Tabla N°. 1 Población femenina en Ibarra 2015

Zona	Población	Porcentaje
Hombres	96.158	48%
Mujeres	104.171	52%
Total	200.329	100%

Elaborado por: La Autora
Fuente: INEC
Año: 2016

1.6.2.3. Población femenina entre 20 y 65 años.

El INEC a través de las proyecciones poblacionales para el año 2015 determinó que el porcentaje de la población ibarreña comprendida entre las edades de 20 y 65 años, es el 50.1% del total de la población, siendo las edades con un porcentaje más representativo las que se encuentran entre los 20 y 40 años.

1.6.3. Características socio-económicas

1.6.3.1. Población Económicamente Activa.

La Población Económicamente Activa del cantón Ibarra para el 2015, de acuerdo a la información entregada por el INEC y el Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial de Ibarra se establece en el 68% del total de la población:

Tabla N°. 2 Población económicamente activa en Ibarra 2015

Actividad	Población	Porcentaje
Población Económicamente Activa (PEA)	136.224	68%
Población Económicamente Inactiva (PEI)	64.105	32%
Total	200.329	100%

Elaborado por: La Autora
Fuente: INEC y PDOT
Año: 2016

1.6.3.2. Actividades económicas.

Mediante la información generada por el INEC en el 2015 se pudo conocer las ocupaciones que tienen los ibarreños, para ello se elabora la siguiente tabla:

Tabla N°. 3 Actividades económicas de los ibarreños 2015

Ocupación	Porcentaje
Empleado privado	28.8%
Cuenta propia	30.%
Jornalero o peón	14.1%
Empleado u obrero del Estado	11.8%
No declarado	4.1%
Empleada doméstica	3.5%
Patrono	4.0%
Trabajador no remunerado	1.8%
Socio	1.5%
Total	100%

Elaborado por: La Autora
Fuente: INEC
Año: 2016

1.6.3.3. Canasta familiar básica.

Se denomina canasta familiar básica a una canasta analítica constituida por un aproximado de 75 artículos, tomando en cuenta a un hogar conformado por cuatro miembros que reciben la remuneración básica unificada, la estimación de su costo se lo realiza sumando los precios de cada artículo que la integran por la cantidad que pueda cubrir las necesidades básicas del hogar. De acuerdo a la información obtenida del Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC), el costo de la canasta familiar básica en noviembre del 2015 fue de \$ 669.96.

1.6.3.4. Empleo y subempleo en Ibarra.

Se considera una persona en empleo a aquellas que están en edad de trabajar y se dedican a la producción de bienes o prestan servicios con la finalidad de obtener una remuneración, la tasa de empleo referente a septiembre del 2015 publicada por el INEC es de 95.2%

Las personas subempleadas son aquellas que recibieron una remuneración inferior a la establecida como mínima y/o trabajan menos de la jornada legal, por lo tanto tienen la disponibilidad de trabajar en horarios adicionales; la tasa de subempleo otorgada por el INEC en septiembre del 2015 representa el 14.8% del total de la población económicamente activa.

1.6.3.5. Tasas de interés activas.

La tasa de interés activa es el porcentaje que la institución financiera cobra a los usuarios por los diferentes tipos de créditos que otorga, estas tasas son establecidas por el Banco Central del Ecuador; es el precio que se debe cancelar por haber efectuado un préstamo bancario. El spread de tasas de interés activas referenciales muestra que en el 2015 ha existido fluctuaciones, pues de enero a marzo las tasas han tenido un decrecimiento, en el periodo comprendido entre abril y julio dichos porcentajes se han incrementado, en agosto existió un nuevo descenso del interés para luego, finalmente, desde octubre situarse en el más alto nivel de todo el año, con un 9.22%.

1.7. Diagnóstico a los productores

Se realizó una encuesta a la señora Lucía Chuquín, con el objetivo de conocer que tipos de productos se pueden elaborar y cuál es el proceso que se debe seguir para su fabricación, ella es una mujer con experiencia en esta actividad.

1. ¿Hace cuánto tiempo Ud. tiene conocimiento acerca de esta técnica?

Bueno pues yo conocí y empecé a aplicar esta técnica hace unos seis años aproximadamente, desde el año 2009 más o menos cuando con un grupo de amigas nos reunimos y una de ellas fue la que nos compartió lo que había aprendido en un curso al que había asistido; desde ahí me pareció algo muy interesante e innovador.

2. ¿Por qué le pareció interesante la aplicación de esta técnica para implementarla en la elaboración de artículos decorativos?

Porque es algo novedoso, las personas estamos acostumbradas a adquirir artículos decorativos que son elaborados con materiales muy conocidos como la madera o bordados, y me pareció interesante por el hecho de que todo se realiza manualmente, sacando a flote nuestra imaginación y creatividad para elaborar cosas que son muy agradables para quien lo mira.

3. ¿Qué tipo de artículos se pueden realizar aplicando esta técnica?

Existen varios artículos que se pueden elaborar con esta técnica, por ejemplo cuadros, cojines, manteles, servilletas, tapetes, todo esto con diferentes diseños, en la época navideña es donde más artículos se puede crear para adornar las casas; también se puede aplicar esta técnica sobre camisetas, bolsos, es como si fuera un estampado, pero con la diferencia de que todo es hecho a mano.

4. ¿Cuál es el tiempo estimado que tarda la elaboración de estos artículos?

Todo depende de que producto se vaya a elaborar y el tamaño del mismo, por ejemplo si se quiere hacer un mantel que mida 2 metros el tiempo sería aproximadamente una semana, pero cuando se va a hacer un cojín o algo pequeño el tiempo es de 2 a 3 días. Se demora

porque toca esperar que la pintura base se seque por completo para poder aplicar los demás colores y darle los toques finales.

5. ¿Los precios de estos productos son accesibles?

En parte si, bueno esto también depende del producto y el tamaño; en sí los materiales no son muy costosos, pero lo que de verdad le da el valor a estos productos es la mano de obra, ya que como le dije todo es hecho de manera manual. No podría darle precios así aproximados porque depende del diseño y tamaño del producto.

6. Al ser elaborados en tela y pintados sobre ella, ¿estos artículos son durables?

Pues sí, la tela en la que se los elabora es tela de algodón que es resistente y también se puede hacer sobre tela de gamuza que también resiste, y son coloreados con pinturas de calidad; una vez que se termina de pintar todo se espera que se seque completamente y se le plancha por el revés de la tela para que se adhiera de mejor manera y después de eso se le lava. Se utiliza pinturas de buena calidad para que se pegue bien a la tela y no se desprenda a medida que pase el tiempo.

7. ¿Existe demanda de estos productos por parte la ciudadanía?

Si, a las personas les gusta mucho estos productos porque opinan que son innovadores, dicen que por lo general en lo que respecta a manteles y cojines se había acostumbrado a que sean bordados, pero al saber que se los puede elaborar pintados es la oportunidad de comprar algo novedoso y bonito.

1.8. Resultados del diagnóstico

1.8.1. Matriz Aliados, Oponentes, Oportunidades, Riesgos (AOOR).

Cuadro N°. 3 Matriz AOOR

ALIADOS	OPONENTES
La mano de obra principalmente serán las mujeres debido a que tienen mayor predisposición para realizar esta actividad.	La competencia tanto directa como indirecta.
Proveedores de la materia prima y los materiales necesarios para la elaboración de los productos.	
OPORTUNIDADES	RIESGOS
Poder captar la atención de nuevos mercados.	Políticas cambiantes del Gobierno
Generación de fuentes de empleo.	que provocan inestabilidad
Acceso a créditos micro empresariales otorgado por instituciones financieras como el Banco Nacional de Fomento, Corporación Financiera Nacional.	económica en el país.
Apoyo de organismos públicos como el Ministerio de Industrias y Productividad que incentiva a la inversión en actividades artesanales.	Incremento de los costos de materia prima.
La materia prima utilizada es fácil de conseguirla y no tiene costos muy elevados.	Contrabando.
Se cuenta con personas con experiencia para iniciar con la producción de la microempresa.	
Gusto por la decoración en las familias ibarreñas.	

1.9. Determinación de la oportunidad de inversión

Una vez analizado el diagnóstico situacional y la matriz AOOR, se pudo determinar que existen una gran cantidad de aliados y oportunidades los cuales impulsan al desarrollo de la microempresa en el país, pues mediante su ejecución se beneficia la población ibarreña a través de la generación de fuentes de empleo obteniendo así una estabilidad económica y mejorando la calidad de vida.

Existe el completo apoyo por parte del Gobierno hacia las microempresas para crear productos nacionales, lo que brinda seguridad para realizar la inversión en este proyecto, y a través del mismo se puede generar fuentes de empleo para las mujeres ibarreñas, lo cual mejoraría su calidad de vida.

Con lo analizado anteriormente, se propone la creación de una microempresa dedicada a la producción y comercialización de artículos decorativos a base de pintura en tela, en la ciudad de Ibarra, provincia de Imbabura.

CAPÍTULO II

2. MARCO TEÓRICO

2.1. La microempresa

2.1.1. Definición.

“Es una persona natural o jurídica que opera en el mercado produciendo y/o comercializando bienes y servicios por riesgo propio, con un establecimiento fijo o ambulante obteniendo un margen de utilidad con un promedio de 10 trabajadores remunerados” (Chorro, 2010, p. 17).

“La microempresa es una organización económica donde se combinan los factores productivos para generar los bienes y servicios que una sociedad necesita para poder satisfacer sus necesidades, por lo que se convierte en el eje de la producción” (Sánchez, 2012, p. 38).

La microempresa es una organización que cuenta con personal que busca su remuneración, para ello se dedica a producir y comercializar bienes y/o servicios con la finalidad de satisfacer las necesidades de la población y generar utilidades.

2.1.2. Características.

Como característica general de microempresa podemos señalar que carecen de una estructura formal en todas sus áreas, eventualmente recurre a la asesoría externa y en el mejor de los casos al manejo contable financiero y en especial sobre aspectos legales de personal de finanzas y tributación.

- Las microempresas en su mayoría están dedicadas a la actividad comercial, esto es el hecho más notorio, ya que se dedican a la transformación y comercialización de sus productos.
- La actividad de la microempresa tiene una importancia fundamental dentro de la vida empresarial, pues cerca del 80% se dedican al comercio o a la presentación de servicios, y el 20% restante a las actividades de transformación.
- Las microempresas son de tipo familiar, pero constituida como sociedades de personas, pues el dueño es el que aporta el capital necesario para sus operaciones.
- Como característica general podemos decir que carecen de una estructura formal en todas sus áreas.
- La microempresa, en función de orientación determina si cumple o no satisfactoriamente su responsabilidad social, entregando a la comunidad lo que realmente necesitan.

2.2. Diagnóstico situacional

2.2.1. Definición.

“El diagnóstico es la conclusión de un estudio técnico e investigativo de una realidad expresada en juicio comparativo sobre una situación o realidad dada” (Posso, 2011, p. 106).

2.2.2. Variables.

Betancur (2012) afirma:

Una variable es una característica que se puede someter a medición, es una propiedad o un atributo que puede representarse en ciertos objetos o fenómenos de estudio, así como también con mayor o menos nivel de presencia en los mismos y con potencialidades de medición. (p. 192)

2.2.3. Variables diagnósticas.

“A la variable diagnóstica también se le conoce como aspecto o dimensión de un fenómeno (no confundirse con las variables de una hipótesis), y constituyen los aspectos generales a investigarse que están relacionados directamente con los objetivos diagnósticos” (Posso, 2011, p. 108).

2.2.4. Indicadores.

“Constituyen todos aquellos sub aspectos que brindarán información sobre cada variable. Cada variable tiene algunos indicadores que es necesario determinarlos (los más trascendentes e importantes)” (Posso, 2011, p. 109).

2.3. Decoración

2.3.1. Definición.

Estilo Ambientación.(2015). *Decoración*. Recuperado de <http://www.estiloambientacion.com.ar/decoracion.htm>

La decoración es un recurso estético, una disciplina proyectual, un auxiliar de nuestra calidad de vida. La decoración involucra el proceso de mejorar la función y cualidades del espacio interior, en busca de un entorno agradable y armonioso, por medio de la manipulación del volumen espacial y el tratamiento de objetos, materiales y superficies.

2.3.2. Decorar con manteles.

Para decorar con manteles se debe tener en cuenta el uso que tenga la mesa que se desea adornar, si es una mesa que se usa de manera continua como la del comedor, es necesario utilizar una mantel práctico y resistente; si se desea decorar una mesa que no se usa

habitualmente se debe tener en cuenta el resto de la decoración del lugar para poder combinarla y puede ir acompañada con servilletas, lo que le dará un toque más elegante.

2.3.3. Decorar con cojines

Uno de los detalles que nunca faltan al decorar la habitación y la sala son los cojines. Es fácil volverse adicto a este detalle, ya que son un accesorio barato, versátil y que se encuentra en un sin fin de estilos, colores, tamaños y estampados. Pero es importante mantener el balance también. Demasiados cojines no solo pueden terminar resultando incómodos, sino también una distracción en la decoración.

2.3.4. Camisetas decoradas

Las camisetas elaboradas en tela de algodón también pueden ser decoradas empleando pinturas textiles, de esta manera se puede transformar una simple camiseta en una prenda de vestir con un diseño exclusivo y único.

2.4. Tela

2.4.1. Definición.

Definición de. (2015). *Tela*. Recuperado de <http://definicion.de/tela/>

Una tela es una lámina flexible compuesta por muchos hilos que se entrecruzan de manera regular y alternativa en toda la longitud. Las telas pueden ser las obras tejidas en el telar o aquellas semejantes que se encuentran formadas por series alineadas de puntos o lazadas hechas con un mismo hilo.

2.4.2. Tela de algodón.

Goff (2015) afirma:

La tela de algodón es una de las más antiguas y conocidas del mundo, que se remonta al antiguo Egipto y al México prehistórico. Su producción en masa comenzó en la década de 1700 con la invención de la desmotadora de algodón. El algodón sigue siendo la fibra más utilizada en el mundo y la tela más popular para la ropa en los Estados Unidos. Es conocida por su suavidad, encogimiento, versatilidad y ligereza. (p. 95)

2.5. Pintura

2.5.1. Definición.

Portal del arte. (2014). *Pintura*. Recuperado de:

<http://www.portaldearte.cl/terminos/pintura.htm>

Proceso en el que una materia colorante se aplica, mediante algún método, a una superficie o soporte, con el propósito de representar o sugerir a través de la línea, color y materia, alguna entidad visible o imaginaria. A esta definición se puede añadir que la pintura es una expresión artística que busca la representación de ideas estéticas sobre una superficie bidimensional, en ocasiones tridimensional, utilizando los elementos que le son propios, como el dibujo, el modelado y el colorido.

2.5.2. Pintura decorativa.

Galea (2010) define:

La pintura decorativa es la que aplicamos para decorar algún objeto utilitario, de uso cotidiano, podemos hablar desde un jarro hasta un mueble, es decir desde una pequeña hasta una gran superficie. La misma puede ser de madera, metal, cerámica, tela, entre otros. (p. 50)

2.5.3. Pintura para tela.

Villegas (2015) señala:

Como su nombre lo dice sirve para pintar diferentes tipos de telas y dependiendo de la composición de la tela será el resultado final. Por eso casi todas recomiendan hacer una prueba tanto de color como de pintado en una zona no vital para el resultado final. Si usas la pintura adecuada para el tipo de tela esta no debe de salirse del lugar en el cual la colocas. Está mezclada con un medio especial que hace que no se quite con las lavadas y que no haga que la tela se ponga rígida. Generalmente vienen en recipientes que sirven para aplicarlas directamente en la tela. Tienen variedades de colores y de texturas, por ejemplo, aquellas que al plancharse de inflan y crean un efecto con relieve. Siempre revisa la tela sobre la que aplicarás la pintura. (p. 123)

2.5.4. Pintura sobre tela.

Alejos (2012) afirma:

Se trata de una técnica para pintar sobre tela sin imprimir, con colores que son resistentes al agua una vez se han secado y por lo tanto, la tela se podrá lavar. Las nuevas industrias han desarrollado tintes y colores para pintar que son resistentes a los lavados, resistentes a la luz y al calor, y por lo tanto, sirven para pintar ropas, pañuelos, zapatillas, cortinas, manteles, toallas y otras telas con las que convivimos. (p. 45)

2.6. Estudio de mercado

2.6.1. Definición.

Araujo (2012) manifiesta:

El estudio de mercado tiene como objetivo principal medir y cuantificar el número de individuos, empresas u otras entidades económicas que potencialmente representen una demanda que justifique la instalación y puesta en marcha de una entidad productora de bienes o servicios debidamente identificados, en un periodo determinado, incluida la estimación del precio que estos consumidores estarían dispuestos a pagar por el producto. (p. 23)

El estudio de mercado sirve para conocer la potencial demanda que tendrá el proyecto y el precio que estarían dispuestos a pagar los clientes por los bienes y/o servicios ofertados, si las cifras determinadas son buenas se justifica la factibilidad del proyecto y se lo ejecuta.

2.6.2. Mercado.

“Área en que influyen las fuerzas de la oferta y la demanda para realizar transacciones de bienes y servicios a precios determinados” (Baca, 2013, p. 24).

Zambrano (2013) señala:

El término mercado es el sitio, lugar o punto donde los vendedores (oferta) y los compradores (demanda) de bienes, servicios o factores productivos se encuentran para intercambiar determinadas cantidades de los mismos a un cierto precio. Un mercado puede ser un sitio, lugar o punto físico, pero también, puede ser un sitio, lugar o punto intangible como por ejemplo el mercado virtual de Internet. (p. 285)

Se denomina mercado al espacio físico o virtual, donde los vendedores y compradores intercambian productos por dinero.

2.6.3. Segmentación de mercado.

“Es el proceso de analizar el mercado con el fin de identificar grupos de consumidores que tienen características comunes con respecto a la satisfacción de necesidades específicas” (Arellano, 2010, p. 58).

Limas (2012) afirma:

La segmentación de mercado es un proceso que consiste en dividir el mercado en varios grupos más pequeños e intrínsecamente homogéneos de consumidores con necesidades y características comunes y que responderán de forma paralela ante una mezcla de marketing (producto, precio, plaza y promoción). (p. 81)

Es importante realizar una segmentación del mercado, para conocer específicamente quienes van a ser los demandantes de los productos que se va a ofertar, este proceso se lo pude realizar tomando en cuenta aspectos como género, edades, lugar de residencia, gustos, preferencias, entre otros.

2.6.4. Producto.

“Un producto es un conjunto de atributos tangibles e intangibles, identificables que incluyen entre otras cosas empaque, color, precio, calidad, diseño y marca” (Palacios, 2012, p. 36).

Schnarch (2010) establece:

Otro aspecto clave es que todo producto posee características, ventajas y beneficios. Las primeras describen las particularidades, las segundas representan como se puede usar esas características o como pueden ayudar, y las terceras se refieren al cómo se satisface una necesidad del cliente. (p. 150).

2.6.5. Oferta.

Araujo (2012) afirma:

La oferta es el importe del volumen de bienes y servicios que los productores actuales colocan en el mercado para ser vendido, o sea, es la cuantificación de los productos, en unidades y dinero, que actualmente las empresas que constituyan la competencia están vendiendo en el mercado en estudio. La determinación de la oferta es importante para el proyecto, porque, en función del dominio y control actual del mercado existente en poder de los competidores, el proyecto podar aprobarse y con ello tener la oportunidad de participar con éxito o no en el mercado elegido. (p. 23)

“Es la cantidad de bienes o servicios que un cierto número de oferentes (productores) está dispuesto a poner a disposición del mercado a un precio determinado” (Baca, 2010, p. 41).

La oferta es la cantidad de productos que los oferentes ponen en el mercado a un determinado precio para participar en la competencia del comercio y tener la oportunidad de ser elegidos por los compradores.

2.6.6. Demanda.

Córdoba (2011) afirma:

La demanda se define como la cantidad y calidad de bienes y servicios que pueden ser adquiridos a los diferentes precios del mercado por un consumidor (demanda individual) o por el conjunto de consumidores (demanda total o de mercado), en un momento determinado. (p. 62)

2.6.7. Precio.

El precio es la cantidad monetaria a la cual los productores están dispuestos a vender y los consumidores a comprar un bien o servicio, cuando la oferta y la demanda están en equilibrio” (Baca, 2013, p. 61).

Anzola (2010) señala:

El precio del producto proporciona al vendedor su ganancia necesaria y refleja la satisfacción y utilidad del comprador por la compra realizada. Los precios que se asignan a los bienes o servicios contribuyen a formar la imagen de la empresa. A demás en la mayoría de empresas el precio es determinado por el volumen de ventas. (p. 171)

El precio es el importe en dinero que se les da a los productos que van a ser vendidos, a través del precio el productor u oferente obtiene rentabilidad por la venta de los mismos. El precio se lo puede determinar tomando en cuenta varios aspectos, por ejemplo el volumen de ventas y los precios de la competencia.

2.6.8. Plaza.

Rojas (2013) afirma:

Este factor del mercado está constituido por el ámbito territorial donde tendrán lugar las actividades de mercadotecnia, las condiciones físicas de que dispone la empresa para la distribución de sus productos. Todas las actividades de mercadotecnia son orientadas a un mercado objetivo de consumidores. La meta que se espera alcanzar será satisfacer sus necesidades en forma permanente. (p.110)

Prieto (2013) señala:

Aunque en el Marketing “la plaza” sería el sitio donde se encuentra el producto o servicio disponible para su consumo o uso, no representa lo mismo para la connotación de esta P, que hace énfasis en el sistema logístico de la mercadotecnia. (p. 50)

2.6.9. Promoción.

“Parte del proceso de marketing utilizado para incentivar al comprador potencial, la promoción de venta se suele realizar mediante contacto directo entre comprador y vendedor” (Baca, 2013, p. 68).

“La promoción de ventas se puede definir como el conjunto de técnicas de marketing distinto de la publicidad que tiene por objeto estimular mediante acciones a corto plazo de venta de los productos o servicios de la empresa” (Torres, 2011, p. 160)

2.7. Estudio técnico

2.7.1. Definición.

Araujo (2012) menciona:

El estudio técnico aporta información muy valiosa, cualitativa y cuantitativa respecto a los factores productivos que deberá contener una nueva unidad de operación, esto es: la

tecnología, magnitud de los costos de inversión, los costos y gastos de producción, todo ello en función de un programa de producción. (p. 57)

“El estudio técnico permite determinar toda la estructura de la empresa tanto física, como administrativa y cuando se habla de administración en su sentido más amplio, esto es, administración de inventarios, de sistemas productivos, de finanzas, etc” (Baca, 2013, p. 97).

A través del estudio técnico se puede obtener información para determinar la estructura física y administrativa que debe tener el proyecto que se quiere realizar.

2.7.2. Proyecto.

“Es un esfuerzo complejo, no rutinario, limitado por el tiempo, el presupuesto, recursos y las especificaciones de desempeño, y está diseñado para cumplir las necesidades del cliente” (Varela, 2010, p. 40).

“Un proyecto de inversión constituye un conjunto de acciones, que una vez implementadas, incrementan la eficiencia y distribución de un bien o servicio” (Meza, 2010, p. 37).

Los proyectos están diseñados principalmente para satisfacer las necesidades de determinado segmento de la población, debe cumplir con un ciclo de vida y tiene limitaciones en el presupuesto y los recursos que se le asignan para su ejecución.

2.7.3. Tamaño del proyecto.

“El tamaño del proyecto se refiere a la capacidad a instalarse y a la capacidad de la producción que se requiere, con los menores costos totales o la máxima rentabilidad económica” (Baca, 2013, p. 61).

2.7.4. Localización del proyecto.

Araujo (2012) menciona:

El estudio de localización tiene como propósito encontrar la ubicación más ventajosa para el proyecto; es decir, la opción que, cubriendo las exigencias o requerimientos del proyecto, contribuya a minimizar los costos de inversión y los costos y gastos durante el periodo productivo del proyecto. (p. 64)

2.7.4.1. Macro localización.

Córdoba (2011) afirma:

Tiene en cuenta aspectos sociales y nacionales de la planeación basándose en las condiciones regionales de la oferta y la demanda y en la infraestructura existente, debe indicarse con un mapa del país o región dependiendo del área de influencia del proyecto. (p. 226)

2.7.4.2. Micro localización.

Córdoba (2011) señala:

La micro localización indica cuál es la mejor alternativa de instalación de un proyecto dentro de la macro zona elegida. La micro localización abarca la investigación y la comparación de los componentes del costo y un estudio de costos para cada alternativa. (p. 227)

2.7.5. Ingeniería del proyecto.

Baca (2013) manifiesta:

La ingeniería de un proyecto se refiere a la determinación de aspectos de gran importancia para la ejecución del proyecto como determinar los procesos productivos, estructurar las obras civiles relacionadas con la infraestructura física, servicios básicos, que se requieren para la correcta consumación del proyecto. (p. 112)

2.8. Estudio financiero

2.8.1. Definición.

“Uno de los componentes más importantes de todo proyecto de inversión es el estudio financiero; sin este análisis, la estructura del proyecto no tendría bases ni fundamentos económicos para su implantación” (Araujo, 2012, p. 100).

2.8.2. Indicadores de evaluación financiera.

A través de los indicadores financieros se puede determinar si es proyecto es viable, entre ellos están el Valor Actual Neto (VAN), Tasa Interna de Retorno (TIR), Relación Beneficio – Costo (B/C), Período de Recuperación de la Inversión (PRI), Punto de Equilibrio (PE) y se definen a continuación.

2.8.3. Valor actual neto (VAN).

“El valor actual neto es el método más conocido, mejor y más generalmente aceptable por los evaluadores de proyectos. Mide el excedente resultante después de obtener la rentabilidad deseada o exigida y después de recuperar toda la inversión” (Sapag, 2011, p. 300).

“Es el valor monetario que resulta de restar la suma de los flujos descontados a la inversión inicial” (Baca, 2013, p. 208).

El valor actual neto es la suma de todos los flujos actualizados de efectivos futuros de un proyecto, restadas todas las salidas, depende del resultado para conocer si el proyecto es rentable o no, si el VAN es mayor a cero el proyecto es rentable, caso contrario no lo es.

2.8.4. Tasa interna de retorno (TIR).

Izar (2013) afirma:

Es la tasa de interés a la cual la sumatoria del valor presente de todos los flujos de un proyecto da un valor igual a cero. Se denomina tasa interna porque sólo depende de los propios flujos del proyecto y no de las tasas de interés comerciales. La ecuación matemática para obtener la TIR está en función de la inversión inicial, los flujos netos del proyecto y el número de períodos. (p. 123)

Córdoba (2011) señala:

La tasa interna de retorno conocida como la TIR refleja la tasa de interés o de rentabilidad que el proyecto arrojará periodo a periodo durante toda su vida. La TIR se define, de manera operativa, como la tasa de descuento que hace que el VAN del proyecto sea igual a cero. (p. 302)

2.8.5. Relación beneficio – costo.

“Es la relación entre el valor presente de los beneficios del proyecto y el valor presente de los costos del mismo podemos definir los beneficios como los flujos de caja netos, y los costos como las inversiones netas propias” (Varela, 2010, p. 270).

Córdoba (2011) señala:

La razón de beneficio costo, también llamada índice de productividad, es la razón presente de los flujos netos a la inversión inicial. Este índice se usa como medio de clasificación de proyectos en orden descendente de productividad. Si la razón beneficio costo es mayor que 1, entonces acepte el proyecto. (p. 240)

Este indicador muestra la cantidad de dinero actualizado que recibirá el proyecto por cada dólar invertido, mide la relación entre los ingresos y los costos que tendrán el proyecto en todo su ciclo.

2.8.6. Período de recuperación de la inversión.

“El período de recuperación de la inversión tiene por objeto medir en cuánto tiempo se recupera la inversión, incluyendo el costo de capital involucrado” (Sapag, 2011, p. 307).

Baca (2013) manifiesta:

El período de recuperación es el plazo que deberá transcurrir hasta que la suma de los flujos de efectivo de una inversión sea igual a su inversión. La regla del período de recuperación afirma que se debe emprender un proyecto si su período de recuperación es inferior que un cierto plazo mínimo. (p. 212)

El período de recuperación de la inversión determina el tiempo que debe transcurrir para que el proyecto recupere la inversión inicial, se establece que el proyecto es factible cuando la recuperación de la inversión se la realiza en un período de tiempo corto.

2.8.7. Punto de equilibrio.

Araujo (2012) afirma:

La importancia que reviste una inversión futura, así como determinar en qué momento se podrán obtener utilidades son medidos con un indicador fundamental denominado punto de equilibrio que, sin representar una razón financiera, constituye un importante elemento de evaluación respecto al volumen o nivel de empleo de la capacidad de producción, en el cual los ingresos son igual a los costos. (p. 223)

“Es el nivel de producción en el que los ingresos por ventas son exactamente iguales a la suma de los costos fijos y los costos variables” (Baca, 2013, p. 179).

El punto de equilibrio se representa cuando el nivel de ingresos es igual al nivel de gastos, es decir, no existe ni pérdidas ni ganancias ya que los costos generados se cubren con los ingresos por las ventas efectuadas.

2.9. Estructura organizacional

2.9.1. Definición.

“La estructura organizacional tiene que ver con aspectos como la situación legal, organización, misión, visión, políticas, objetivos organizacionales, valores corporativos, con la organización estructural de una empresa establecida en un proyecto” (Hernández, S. y Rodríguez, G. 2012, p. 202).

“Es la forma en que se dispone y asigna el trabajo entre el personal de la empresa, para alcanzar los objetivos propuestos por la misma” (García, 2012, p. 75).

2.9.2. Misión.

“La misión de la organización es la declaración de sus propósito y alcance, en términos de productos y mercados” (Chiavenato, I. 2011, p. 56).

“La misión es la expresión del propósito de la organización, lo que desea lograr en el entorno más amplio. Actúa como una mano invisible que guía al personal de la organización” (Salazar, 2012, p. 172).

2.9.3. Visión.

Hernández y Rodríguez (2012) afirman:

La visión expresa el marco de referencia de lo que una organización quiere llegar a ser. Señala el rumbo a seguir para pasar de lo que somos a lo que queremos ser. La visión por su parte responde a la pregunta ¿Qué queremos ser en los próximos años?, es decir establecer el rumbo a seguir a corto o largo plazo para llegar a ser lo que queremos ser en un tiempo determinado. (p. 203)

2.9.4. Organigrama funcional.

“Un organigrama es el instrumento en donde se representa toda la estructura organizacional de una empresa, designando la acción a cada elemento” (Meza, 2010, p. 58).

Córdoba (2011) señala:

Un organigrama es el diagrama de organización de un negocio, empresa, trabajo o cualquier entidad que generalmente contiene las principales áreas dentro del organismo. Representa una herramienta fundamental en toda empresa y sirve para conocer su estructura general. Es un sistema de organización que se representa en forma intuitiva y con objetividad. (p. 169)

El organigrama es una representación gráfica de la estructura de una organización en la cual se muestran los niveles jerárquicos, la comunicación y las funciones que desempeñan las personas que integran dicha organización.

2.10. Impactos

“Los impactos constituyen un análisis detallado de las huellas y aspectos positivos y negativos que un proyecto generará en diferentes áreas o ámbitos” (Epstein y Mantilla, 2009, p. 143).

Miranda (2010) afirma:

La grave crisis ambiental mundial merece medidas objetivas de solución a éste problema; la desigualdad de género o la marginación de ciertos sectores de la sociedad hace que se establezca estudios de impactos ambientales, sociales y de igualdad de participación; donde el primero es un estudio técnico y multidisciplinario que se lleva a cabo sobre el medio físico, biológico con el propósito de conservar, proteger, recuperar y/o mejorar los recursos naturales existentes; proyectando una mejor salud y calidad de vida de la población; el otro permite la inclusión de grupos vulnerables por sus condiciones diversas y su impacto social. (p. 198)

Los impactos son considerados aspectos positivos o negativos que genera la aplicación d proyecto, estos efectos pueden estar dirigidos hacia la población o hacia el medio ambiente y es necesario realizar una valoración y análisis de los mismos para tratar de reducirlos mayoritariamente cuando se trata de algo negativo.

CAPÍTULO III

3. ESTUDIO DE MERCADO

3.1. Planteamiento del problema de investigación

La decoración es un hábito que viene desde la antigüedad, desde épocas muy antiguas todas las culturas tenían normas decorativas, las mismas que iban acorde a sus necesidades y la utilización de los elementos que tenían o que podían elaborar, en este tiempo las personas que aplicaban algún tipo de decoración en su casa eran considerados de estratos sociales altos, realizaban esto para mejorar estéticamente sus viviendas.

En la actualidad, la decoración continúa siendo un tema bastante importante en las familias ibarreñas, debido a que es una manera de expresar como son, de mostrar a los demás como es su ambiente familiar y los diferentes gustos que tienen en lo que se refiere a la decoración, tratando siempre de crear un ambiente agradable tanto para su familia como para sus visitantes; sin dejar de lado que siempre optan por estar a la vanguardia de la moda.

Principalmente, los adornos que acostumbran a utilizar para decorar su hogar son los elaborados a base de materiales muy conocidos como la madera, cerámica, yeso, porcelana, entre otros, además adquieren productos que están decorados a base de estampados o en tela que ya viene con diseños establecidos en el caso de los manteles, convirtiéndose en los preferidos al momento de adquirir algún adorno para su hogar.

Por esta razón es que se propone presentar una nueva alternativa de artículos decorativos, mostrando una manera innovadora de elaborarlos y una materia prima tan conocida como la tela; esperando llegar a ser una de las opciones preferidas por parte de los clientes al momento de decidir comprar un artículo decorativo para ambientar un espacio. También se

desea presentar la alternativa de decorar las prendas de vestir de manera personalizada implementando esta técnica, para iniciar se lo demostrará en camisetas o blusas para damas.

3.2. Objetivos del estudio de mercado

3.2.1. Objetivo general.

Realizar un estudio de mercado con el propósito de identificar los niveles de la oferta y demanda que tendrán los artículos decorativos mediante la aplicación de técnicas de investigación.

3.2.2. Objetivos específicos.

- Identificar la demanda potencial que tendrán los productos por medio de un análisis de mercado, lo cual ayuda a determinar el nivel de ventas que tendrá el proyecto.
- Conocer los gustos y preferencias de la población respecto a artículos decorativos a través de la aplicación de encuestas con el fin de satisfacer las necesidades de los clientes.
- Realizar investigaciones de campo aplicando fichas de observación que permitan conocer la competencia que existe para la microempresa en el mercado.

3.3. Identificación de la población

Para el desarrollo de esta investigación se ha decidido segmentar el mercado hacia el cual van dirigidos los productos, en este caso son todas las mujeres de entre 20 y 65 años de la ciudad de Ibarra, esto es porque son las mujeres las quienes tienen mayor interés en lo que se trata de crear ambientes acogedores a través de la decoración ya sea de sus hogares o de la oficinas.

De acuerdo a la información obtenida por el Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC) en el censo realizado en el 2010 y tomando como referencia las proyecciones

poblacionales para el año 2015, el número de mujeres de edades comprendidas entre los 20 y 65 años, que residan en la ciudad de Ibarra es de 52.190, por lo tanto, este es el aproximado del total de la población que será estudiada, previa selección de una muestra.

3.3.1. Segmentación del mercado

Estos productos están dirigidos principalmente a las mujeres pues son quienes más se preocupan por la decoración del hogar, tienen paciencia al momento de adquirir este tipo de artículos y siempre buscan cosas atractivas e innovadoras.

Cuadro N°. 4 Criterios de segmentación del mercado	
Criterios de segmentación	Segmento de mercado
Geográfica	Provincia: Imbabura
	Ciudad: Ibarra
Demográfica	Género: Mujeres
	Edad: 20 – 65 años
Elaborado por: La Autora Año: 2016	

3.3.2. Mercado objetivo.

Se considera como mercado objetivo de manera principal a las mujeres porque dentro del hogar son a ellas a quienes más les atraen adquirir los artículos para decorar su casa, les interesa que su hogar tenga un ambiente bonito y acogedor para que quienes formen parte de su familia y los que no formen parte de la misma se sientan en un espacio agradable. Otro aspecto por el cual se determina a las mujeres como mercado objetivo es porque son las más exigentes al momento de elegir una prenda de vestir, siempre buscan estar a la moda y con diseños exclusivos.

Las mujeres que pueden adquirir estos artículos son las que tienen edades comprendidas desde 20 hasta 65 años, se consideró este segmento de mercado porque a partir de esa edad muchas mujeres ya desarrollan actividades económicas y tienen sus propios ingresos.

3.4. Cálculo de la muestra

La población universo según los datos correspondientes a las mujeres de Ibarra, que tengan edades comprendidas entre los 20 y 65 años, que de acuerdo a la tasa de crecimiento poblacional de 2.02% determinada por el INEC para el año 2015, es de 52.190 mujeres, por ello se aplicará muestreo para obtener una porción representativa de la población total y la fórmula que se aplicó se detalla a continuación:

$$n = \frac{N * Z^2 * Q^2}{e^2 * (N - 1) + Z^2 * Q^2}$$

Dónde:

n = Muestra

N = número de habitantes

e = error aceptado para hacer la investigación 5%

Z = Nivel de confianza 1.96

Q = probabilidad de ocurrencia o no ocurrencia de un evento

Entonces:

$$n = \frac{52.190 * (1.96)^2 * (0.5)^2}{(0.05)^2 * (52.190 - 1) + (1.96)^2 * (0.5)^2}$$

n = 381 Encuestas

3.5. Diseño de instrumentos de investigación

3.5.1. Información primaria.

La manera de recolectar la información necesaria para realizar esta investigación fue:

- Encuesta dirigida a las mujeres ibarreñas, con edades comprendidas entre 20 y 65 años.
(Anexo N°. 1)
- Observación a locales que comercializan artículos decorativos elaborados con diferentes tipos de materiales en la ciudad de Ibarra. (Página 91 y Anexo N°. 2)

3.6. Aplicación de los instrumentos de investigación

3.6.1. Aplicación de la encuesta

Encuesta dirigida a mujeres ibarreñas, con edades comprendidas entre los 20 y 65 años para conocer los gustos y preferencias acerca de los artículos decorativos, la disposición a adquirir productos elaborados a base de pintura en tela, el precio que pagarían, los canales de comercialización y publicidad.

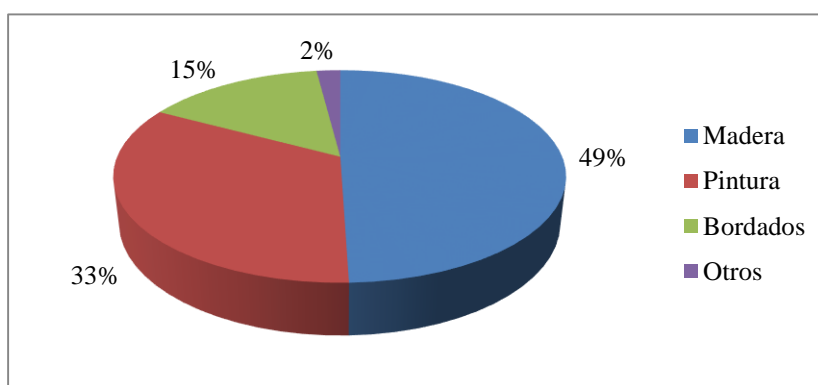
1. Ud. Prefiere comprar artículos decorativos elaborados a base de:

Tabla N°. 4 Preferencia de artículos decorativos

Alternativa	Frecuencia	%
Madera	186	49%
Pintura	127	33%
Bordados	59	15%
Otros	9	2%
Total	381	100%

Elaborado por: La Autora
Fuente: Encuesta aplicada
Año: 2016

Gráfico N°. 1 Preferencia de artículos decorativos



Elaborado por: La Autora
Fuente: Encuesta aplicada
Año: 2016

Análisis:

Como se puede verificar en el gráfico la mayor cantidad de la población que corresponde a casi la mitad de los encuestados expresó que tiene preferencia por la compra de artículos decorativos elaborados en madera porque son los más típicos que venden en la ciudad; otra gran cantidad de encuestados indicó que le gusta adquirir artículos decorativos pintados, los mismos que pueden ser elaborados en cualquier material como cerámica o yeso.

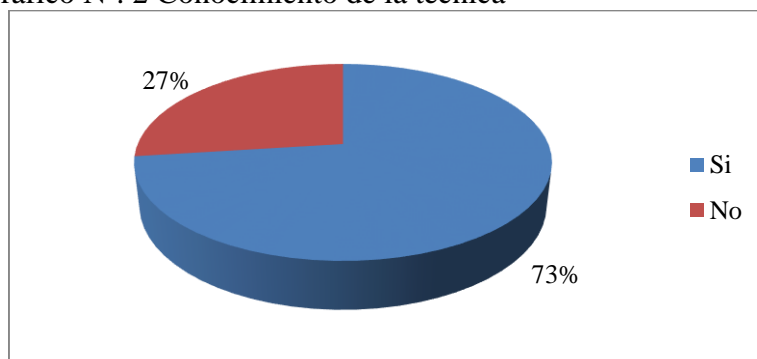
2. Conoce la técnica de pintura sobre tela?

Tabla N°. 5 Conocimiento de la técnica

Alternativa	Frecuencia	%
Si	277	73%
No	104	27%
Total	381	100%

Elaborado por: La Autora
Fuente: Encuesta aplicada
Año: 2016

Gráfico N°. 2 Conocimiento de la técnica



Elaborado por: La Autora
Fuente: Encuesta aplicada
Año: 2016

Análisis:

De acuerdo al gráfico aproximadamente las tres cuartas partes de los encuestados supo indicar que si tiene conocimiento acerca de la técnica de pintura sobre tela porque han visto cosas elaboradas con esta técnica; mientras que el resto de personas expresó que no conocen sobre esta técnica.

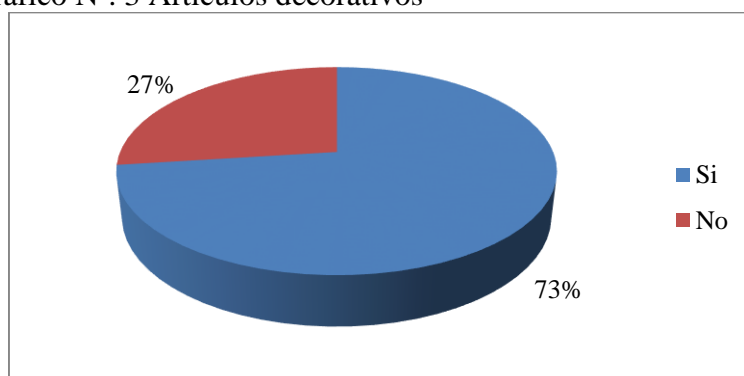
3. Ha visto artículos decorativos elaborados utilizando esta técnica?

Tabla N°. 6 Artículos decorativos

Alternativa	Frecuencia	%
Si	277	73%
No	104	27%
Total	381	100%

Elaborado por: La Autora
Fuente: Encuesta aplicada
Año: 2016

Gráfico N°. 3 Artículos decorativos



Elaborado por: La Autora
Fuente: Encuesta aplicada
Año: 2016

Análisis:

Según nos muestra en gráfico la mayor cantidad de personas encuestadas afirmó que conoce acerca de la existencia de artículos decorativos elaborados aplicando la técnica de pintura sobre tela porque los ha observado a la venta en ciertos almacenes y les parece atractivos y novedosos y una pequeña cantidad de encuestados indicó que no han observado este tipo de artículos decorativos.

4. Mencione en qué lugar

Tabla N°. 7 Lugares donde los venden

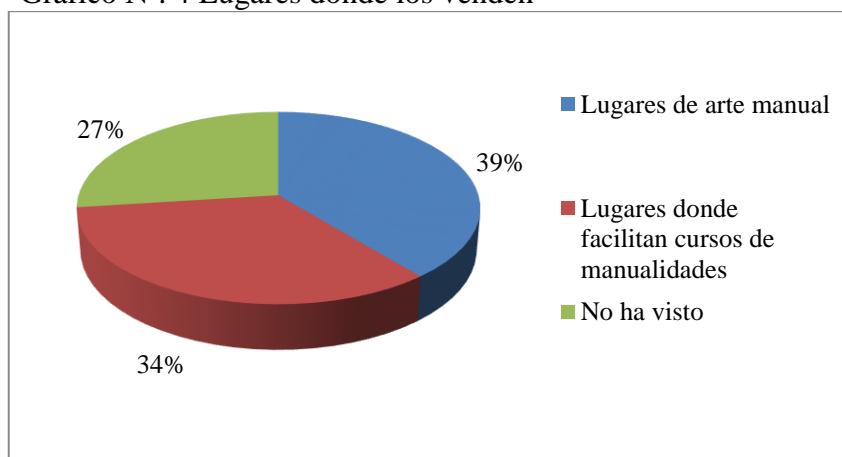
Alternativa	Frecuencia	%
Locales de arte manual	146	39%
Lugares donde facilitan cursos de manualidades	131	34%
No ha visto	104	27%
Total	381	100%

Elaborado por: La Autora

Fuente: Encuesta aplicada

Año: 2016

Gráfico N°. 4 Lugares donde los venden



Elaborado por: La Autora

Fuente: Encuesta aplicada

Año: 2016

Análisis:

Este gráfico nos indica que el lugar en donde las personas encuestadas han observado que están a la venta artículos decorativos elaborados a base de pintura en tela es en los lugares donde venden productos para hacer manualidades como pinturas, pinceles, cintas, entre otros y también expresaron que han visto donde brindan cursos de enseñanza para hacer manualidades.

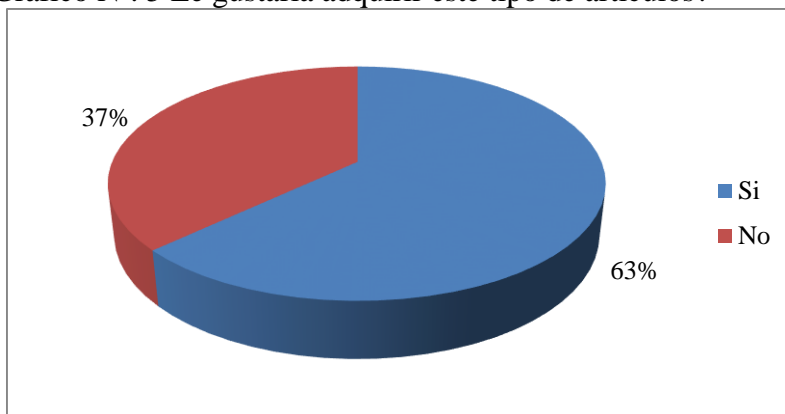
5. Le gustaría adquirir este tipo de artículos?

Tabla N°. 8 Le gustaría adquirir este tipo de artículos?

Alternativa	Frecuencia	%
Si	240	63%
No	141	37%
Total	381	100%

Elaborado por: La Autora
Fuente: Encuesta aplicada
Año: 2016

Gráfico N°. 5 Le gustaría adquirir este tipo de artículos?



Elaborado por: La Autora
Fuente: Encuesta aplicada
Año: 2016

Análisis:

Como se puede verificar en el gráfico la aceptación de los artículos decorativos elaborado a base de pintura en tela por parte de los encuestados es bastante buena, las mujeres expresaron que si comprarían porque son adornos innovadores y creativos que se verían bien en su hogar, además expresaron que les gustaría ver que tal quedan las prendas de vestir decoradas con esta técnica.

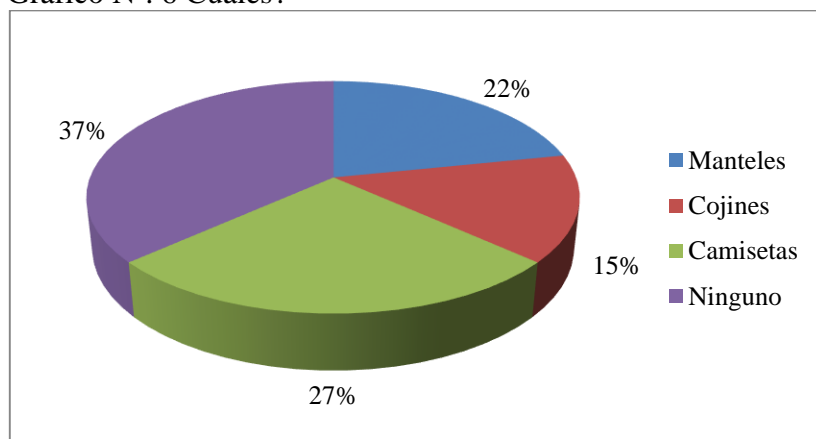
6. Cuáles artículos decorativos elaborados con esta técnica le gustaría comprar?

Tabla N°. 9 Cuáles?

Alternativa	Frecuencia	%
Manteles	83	22%
Cojines	55	15%
Camisetas	102	27%
Ninguno	141	37%
Total	381	100%

Elaborado por: La Autora
Fuente: Encuesta aplicada
Año: 2016

Gráfico N°. 6 Cuáles?



Elaborado por: La Autora
Fuente: Encuesta aplicada
Año: 2016

Análisis:

De acuerdo al gráfico se puede observar que el artículo que más acogida tuvo entre las mujeres encuestadas son las camisetas decoradas, esto por parte de las mujeres más jóvenes pues les pareció una idea innovadora; las mujeres de edad más avanzada prefieren adquirir manteles para mesas de comedor o mesas de centro y cojines para adornar sus hogares. Afirmaron que les parece un producto bonito para obsequiar a alguien especial.

7. Por qué medio le gustaría adquirir estos productos?

Tabla N°. 10 Por qué medio?

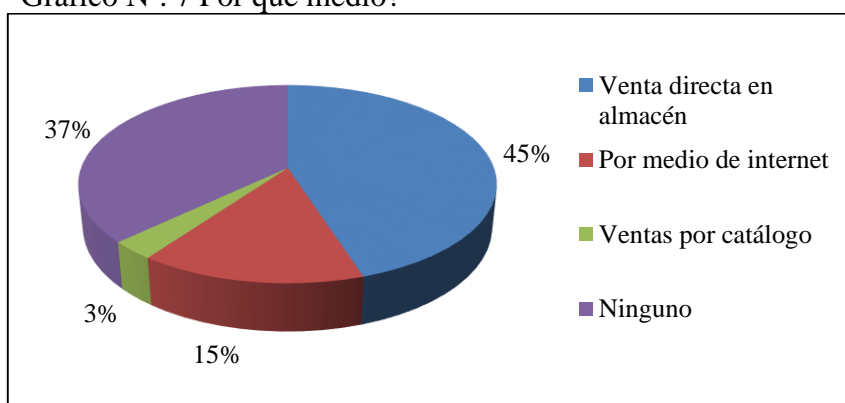
Alternativa	Frecuencia	%
Venta directa en almacén	171	45%
Por medio de internet	58	15%
Ventas por catálogo	11	3%
Ninguno	141	37%
Total	381	100%

Elaborado por: La Autora

Fuente: Encuesta aplicada

Año: 2016

Gráfico N°. 7 Por qué medio?



Elaborado por: La Autora

Fuente: Encuesta aplicada

Año: 2016

Análisis:

Como muestra el gráfico el medio de preferencia para poder adquirir estos productos es que se los venda directamente en un almacén porque así los clientes pueden observar y hasta tocar el producto para decidirse por el que más les guste; otro medio para adquirir estos productos es por medio del internet ya que es una herramienta que está muy de moda para realizar compras.

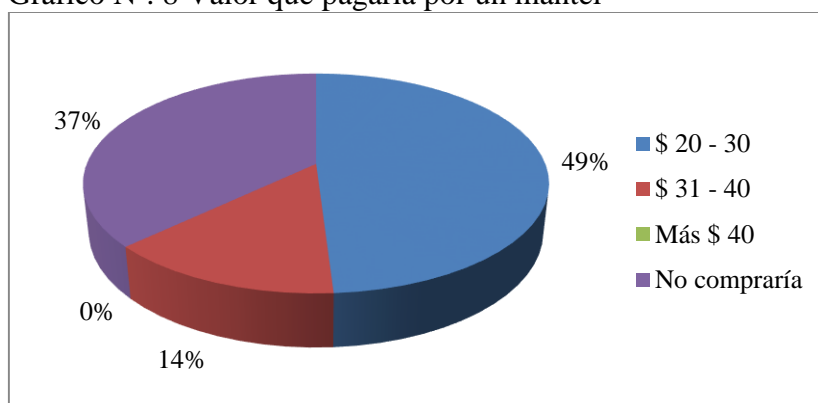
8. Cuanto estaría dispuesto a pagar por estos artículos elaborados a base de pintura en tela?

Tabla N°. 11 Valor que pagaría por un mantel

Alternativa	Frecuencia	%
\$ 20 - 30	188	49%
\$ 31 - 40	52	14%
Más \$ 40	0	0%
No compraría	141	37%
Total	381	100%

Elaborado por: La Autora
Fuente: Encuesta aplicada
Año: 2016

Gráfico N°. 8 Valor que pagaría por un mantel



Elaborado por: La Autora
Fuente: Encuesta aplicada
Año: 2016

Análisis:

El gráfico indica que el valor que mayormente las encuestadas estarían dispuestos a pagar por un mantel decorado a base de pintura sobre tela es entre \$ 20 y \$ 30 porque consideran que son valores accesibles; otras mujeres encuestadas indicaron que podrían pagar un promedio de entre \$ 31 y \$ 40 por estos productos, pues es lo que sus ingresos les permiten.

Tabla N°. 12 Valor que pagaría por un cojín

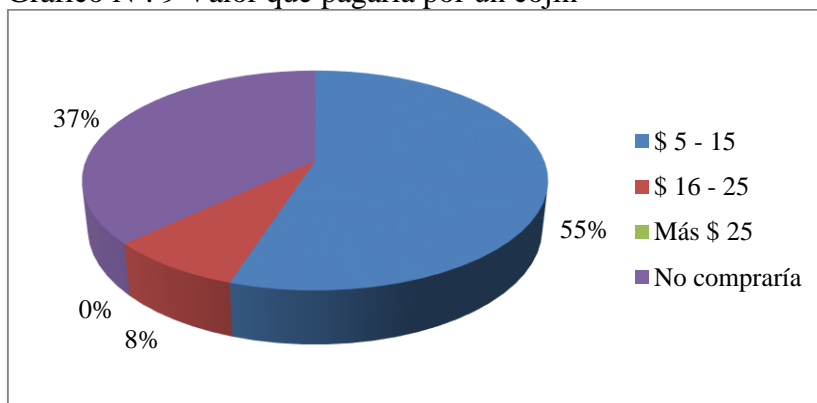
Alternativa	Frecuencia	%
\$ 5 - 15	210	55%
\$ 16 - 25	30	8%
Más \$ 25	0	0%
No compraría	141	37%
Total	381	100%

Elaborado por: La Autora

Fuente: Encuesta aplicada

Año: 2016

Gráfico N°. 9 Valor que pagaría por un cojín



Elaborado por: La Autora

Fuente: Encuesta aplicada

Año: 2016

Análisis:

El gráfico expresa que el valor que la mayoría de mujeres encuestadas estarían dispuestas a cancelar por un cojín decorativo elaborado en tela y pintado sobre ella es un valor que bordee los \$5 hasta los \$15 máximo. Un pequeño porcentaje de los resultados obtenidos muestra que pagarían un valor que esté entre los \$ 16 y \$ 25. Esto permite tener una referencia para fijar los precios de venta.

Tabla N°. 13 Valor que pagaría por una camiseta

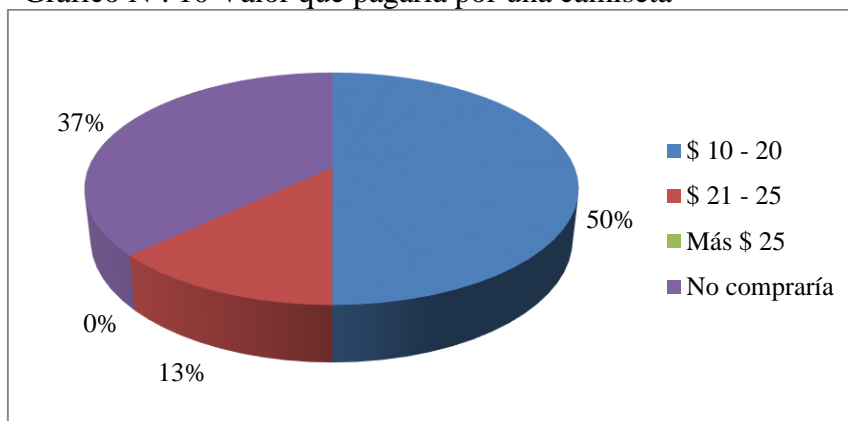
Alternativa	Frecuencia	%
\$ 10 - 20	190	50%
\$ 21 - 25	50	13%
Más \$ 25	0	0%
No compraría	141	37%
Total	381	100%

Elaborado por: La Autora

Fuente: Encuesta aplicada

Año: 2016

Gráfico N°. 10 Valor que pagaría por una camiseta



Elaborado por: La Autora

Fuente: Encuesta aplicada

Año: 2016

Análisis:

El gráfico muestra que en cuanto al valor que estarían dispuestos a pagar por una camiseta decorada, la mitad de mujeres encuestadas expresó que pagarían un valor promedio entre \$ 10 y \$ 15 dólares; y un pequeño grupo de encuestadas afirmaron que pagarían por este producto un precio de hasta \$ 25, todo esto dependiendo del modelo y el diseño de la blusa.

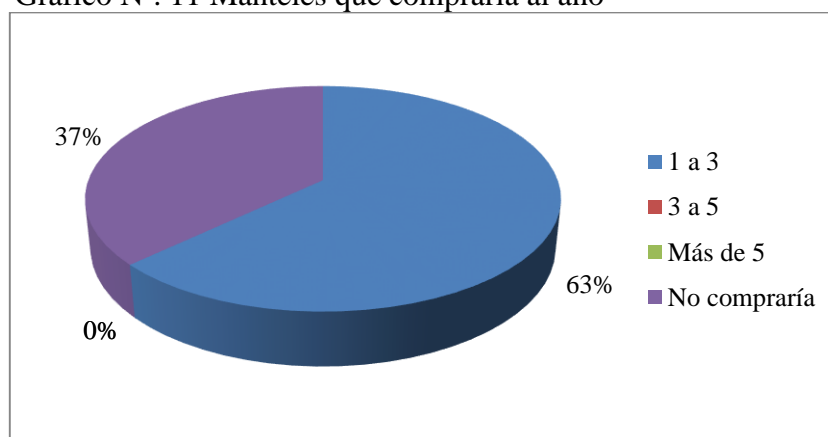
9. Cuántas unidades de estos artículos estaría dispuesta a comprar al año?

Tabla N°. 14 Manteles que compraría al año

Alternativa	Frecuencia	%
1 a 3	240	63%
3 a 5	0	0%
Más de 5	0	0%
No compro	141	37%
Total	381	100%

Elaborado por: La Autora
Fuente: Encuesta aplicada
Año: 2016

Gráfico N°. 11 Manteles que compraría al año



Elaborado por: La Autora
Fuente: Encuesta aplicada
Año: 2016

Análisis:

Como indica el gráfico un amplio grupo de mujeres encuestadas indicó que estarían dispuestas a comprar de 1 a 3 manteles en el año, pues no es un artículo de primera necesidad, sino que lo adquieren por vanidad para utilizarlo en ocasiones especiales y los diseños deben ir acorde a la ocasión también.

Tabla N°. 15 Cojines que compraría al año

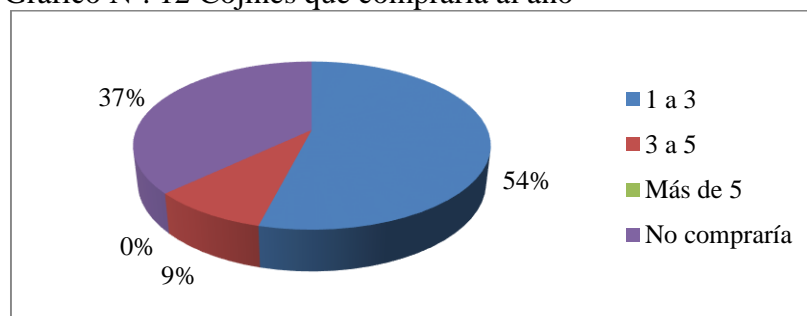
Alternativa	Frecuencia	%
1 a 3	205	54%
3 a 5	35	9%
Más de 5	0	0%
No compro	141	37%
Total	381	100%

Elaborado por: La Autora

Fuente: Encuesta aplicada

Año: 2016

Gráfico N°. 12 Cojines que compraría al año



Elaborado por: La Autora

Fuente: Encuesta aplicada

Año: 2016

Análisis:

El gráfico nos indica que más de la mitad de las mujeres encuestadas están dispuestas a comprar de 1 a 3 cojines por año, debido a que son productos de decoración y generalmente son durables; un pequeño porcentaje de las encuestas expresaron que podrían adquirir hasta 5 cojines durante un año.

Tabla N°. 16 Camisetas que compraría al año

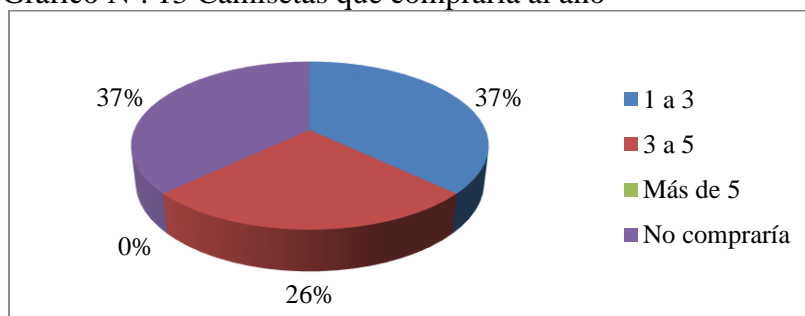
Alternativa	Frecuencia	%
1 a 3	140	37%
3 a 5	100	26%
Más de 5	0	0%
No compro	141	37%
Total	381	100%

Elaborado por: La Autora

Fuente: Encuesta aplicada

Año: 2016

Gráfico N°. 13 Camisetas que compraría al año



Elaborado por: La Autora

Fuente: Encuesta aplicada

Año: 2016

Análisis:

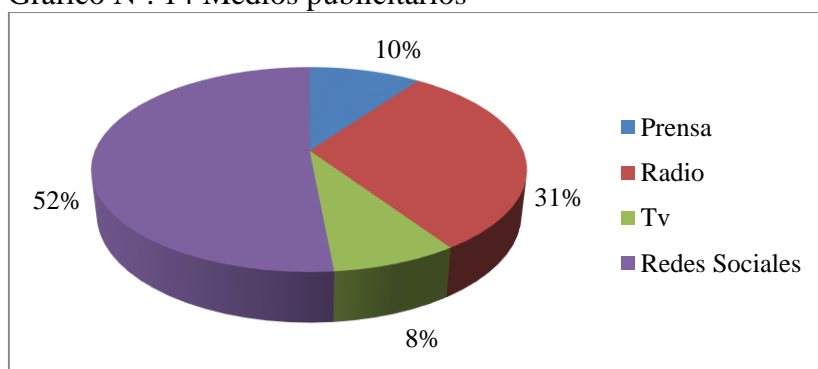
En este gráfico podemos observar que la cantidad de camisetas que podrían comprar durante el año son de 1 a 3, esto expresó un grupo mayoritario de mujeres; otro grupo también manifestó que podrían adquirir un máximo de 5 camisetas al año; todo depende del diseño que tenga el producto y el modelo.

10. A través de que medio le gustaría enterarse de las novedades de estos productos?

Tabla N°. 17 Medios publicitarios		
Alternativa	Frecuencia	%
Prensa	36	9%
Radio	115	30%
Tv	30	8%
Redes Sociales	200	52%
Total	381	100%

Elaborado por: La Autora
Fuente: Encuesta aplicada
Año: 2016

Gráfico N°. 14 Medios publicitarios



Elaborado por: La Autora
Fuente: Encuesta aplicada
Año: 2016

Análisis:

De acuerdo al gráfico el medio publicitario por el que a más de la mayoría de las mujeres encuestadas les gustaría conocer sobre estos productos son las redes sociales, ya que consideran que son las ideales en la actualidad porque todos los utilizan, de manera especial los jóvenes; otro grupo de mujeres indicó que quisieran que la publicidad se la realice por medio de la radio ya que todo el día la escuchan; la prensa y la Tv no tuvo mucha acogida por parte de los encuestados.

3.6.2. Aplicación de las fichas de observación

Mediante la observación realizada a cinco locales que comercializan artículos decorativos elaborados con distintas materias primas se pudo identificar aspectos importantes como son los materiales de los que están producidos, el tipo de productos, el precio, el diseño, la calidad y la manera de exhibición que presentan.

Los locales visitados y observados comercializan productos elaborados a base de pintura sobre tela, sus principales productos son cojines y manteles, los mismos que tienen precios que van desde los \$10.00 hasta los \$30.00 aproximadamente, se encuentran exhibiéndose en mostradores o en la pared.

Los locales visitados no ofrecen camisetas decoradas, por lo que es una oportunidad de demostrar esta nueva alternativa para personalizar las prendas de vestir.

3.6.3. Conclusión de los resultados.

Luego de analizar los resultados obtenidos en la aplicación de las encuestas, se puede determinar que al 63% de las mujeres encuestadas si les gustaría adquirir los artículos decorativos elaborados a base de pintura sobre tela, pues los consideran como innovadores, bastante creativos y aseguran que estos productos le brindarían un ambiente agradable a sus hogares.

En lo que se refiere al medio de comercialización para los productos, la mayoría de las mujeres encuestadas respondieron que les gustaría que se los exhiba en un almacén porque de esta manera tendrían más oportunidades de apreciar directamente los productos, constatando su calidad. Respecto a la publicidad de los productos, sus respuestas coincidieron en que se la debe realizar por medio de las redes sociales, pues es lo más actual y gran parte de la población las utiliza y otra manera sería también a través de la radio.

También se interrogó acerca de los precios que estarían dispuestas a pagar por los productos, en estas preguntas eligieron las opciones con precios más bajos, por ejemplo, por un mantel afirmaron que pagarían un valor que oscile entre \$ 20 y \$ 30, por un cojín pagarían desde \$ 5 hasta \$ 10 y por una camiseta un valor entre \$ 10 y \$ 20.

Finalmente, en la pregunta relacionada acerca de cuantas unidades estarían dispuestas a adquirir de los artículos decorativos al año, respecto a los manteles el promedio de compra es de 1 a 3 unidades; en lo que se refiere a cojines mayormente manifestaron que la cantidad oscila entre 1 a 3 unidades y un pequeño grupo indicó que comprarían hasta 5 cojines anualmente; en el caso de las camisetas existen dos porcentajes casi similares, un grupo expresó que podrían comprar de 1 a 3 camisetas por año y el otro indicó que comprarían hasta 5 camisetas.

3.7. Identificación del producto

Los artículos decorativos son manteles, cojines y camisetas decoradas, consiste en realizar diseños en un segmento de tela, para posteriormente colorearlos con pinturas especiales conocidas como pinturas textiles, las mismas que son de diferentes tipos y brindan diferentes acabados una vez que el proceso finalice y la pintura se seque.

Posterior a esto, en el caso de manteles son pintados en los lados y/o centro de la tela y en los bordes se coloca un encaje para evitar que la tela se deshile; los cojines es una especie de forro, el cual tiene un diseño pintado en uno de sus lados y su interior es relleno con un material denominado plumón; y las camisetas son de tela de algodón y son decoradas con diseños personalizados en la parte delantera.

3.7.1. Material de elaboración.

El material principal que se utiliza en la elaboración de estos productos es la tela de algodón porque posee características básicas para poder aplicar pintura textil sobre ella, entre sus principales cualidades están que se estira fácilmente, tiene un tejido ajustado y no absorbe mucha cantidad de pintura.

Para colorear los diseños de los productos se emplea pintura textil, que es una pintura especial para aplicarla sobre distintos tipos de tela, es elaborada a base de agua y no es tóxica, se fijan permanentemente a los tejidos y son suaves al tacto; existe mucha variedad de pinturas textiles que van desde transparentes a opacas y otras que tienen diferentes texturas. Estas pinturas son aplicadas sobre la tela con pinceles que tienen diferentes formas y tamaños para realizar distintos tipos de diseños.

3.8. Análisis de la demanda de mercado

3.8.1. Demanda actual.

De acuerdo a la información recopilada mediante la aplicación de las encuestas a las mujeres residentes en la ciudad de Ibarra con edades comprendidas entre 20 y 65 años, a través de la pregunta N°. 9 ¿Cuántas unidades de estos artículos estaría dispuesta a comprar al año? (Anexo N°. 1), a la cual la mayoría de las mujeres encuestadas respondieron que podrían adquirir un promedio de 1 a 3 unidades de los productos; entonces se decidió que para calcular la demanda, anualmente una persona adquirirá 1 mantel, 2 cojines y 2 camisetas.

La población universo de mujeres de Ibarra y que tengan edades comprendidas entre 20 y 65 años es de 52.190, de la cual se calculó una muestra para aplicar las encuestas, la misma que es de 381 mujeres. De esta muestra 240 mujeres que representan el 63% del total

respondieron que si les gustaría comprar artículos decorativos elaborados a base de pintura en tela, la demanda actual queda establecida de la siguiente manera:

Tabla N°. 18 Demanda actual

Población universo	% de aceptación	Total
52.190	63%	32.879

Elaborado por: La Autora

Fuente: Encuesta aplicada

Año: 2016

3.8.2. Demanda potencial proyectada.

Para realizar la proyección de la demanda, se toma en cuenta la tasa de crecimiento poblacional determinada por el INEC para el año 2016, la misma que es de 2.02% en la ciudad de Ibarra.

Al mencionar que la cantidad de productos que estarían dispuestas a adquirir son 1 mantel, 2 cojines y 2 camisetas de manera anual, por lo tanto, la demanda proyectada se la calcula aplicando la siguiente ecuación:

$$Q_n = Q_o (1+i)^n$$

Dónde:

Q_n = demanda futura

Q_o = demanda inicial

i = % de crecimiento poblacional

n = año proyectado

Entonces:

3.8.3. Demanda potencial proyectada de manteles decorativos.

Tabla N°. 19 Demanda potencial proyectada de manteles decorativos

Año	Aplicación de la fórmula	Demanda proyectada manteles (unidades)
2016	$Q_n = 32.879 (1 + 2.02)^1$	33.544
2017	$Q_n = 32.879 (1 + 2.02)^2$	34.221
2018	$Q_n = 32.879 (1 + 2.02)^3$	34.913
2019	$Q_n = 32.879 (1 + 2.02)^4$	35.618
2020	$Q_n = 32.879 (1 + 2.02)^5$	36.337

Elaborado por: La Autora

Fuente: Encuesta aplicada

Año: 2016

3.8.4. Demanda potencial proyectada de cojines decorativos.

Tabla N°. 20 Demanda potencial proyectada de cojines decorativos

Año	Aplicación de la fórmula	Demanda proyectada cojines (unidades)
2016	$Q_n = 65.759 (1 + 2.02)^1$	67.087
2017	$Q_n = 65.759 (1 + 2.02)^2$	68.442
2018	$Q_n = 65.759 (1 + 2.02)^3$	69.825
2019	$Q_n = 65.759 (1 + 2.02)^4$	71.235
2020	$Q_n = 65.759 (1 + 2.02)^5$	72.674

Elaborado por: La Autora

Fuente: Encuesta aplicada

Año: 2016

3.8.5. Demanda potencial proyectada de camisetas decoradas.

Tabla N°. 21 Demanda potencial proyectada de camisetas decoradas

Año	Aplicación de la fórmula	Demanda proyectada camisetas (unidades)
2016	$Q_n = 65.759 (1 + 2.02)^1$	67.087
2017	$Q_n = 65.759 (1 + 2.02)^2$	68.442
2018	$Q_n = 65.759 (1 + 2.02)^3$	69.825
2019	$Q_n = 65.759 (1 + 2.02)^4$	71.235
2020	$Q_n = 65.759 (1 + 2.02)^5$	72.674

Elaborado por: La Autora

Fuente: Encuesta aplicada

Año: 2016

3.9. Análisis de la oferta

Para analizar la oferta, se recopiló información a través de las fichas de observación aplicadas a los locales que comercializan adornos elaborados a base de pintura sobre tela, dichas fichas se encuentran disponibles en el Anexo N°. 2. A continuación se indican los aspectos más importantes de la información recolectada:

- Los productos que mayormente comercializan son manteles y cojines.
- El precio de los productos ofertados oscila entre los \$10 y \$30, depende de los productos, su tamaño y diseño.
- La calidad de los productos es buena.
- Los productos se exhiben directamente al público en mostradores o colgados en la pared.
- La época en que más se comercializan los productos es en fechas como navidad, día de la madre, san Valentín.
- Aproximadamente venden 15 manteles y 40 cojines de manera mensual; para calcular la oferta de las camisetas se estimó una venta de 20 al mes.
- Existen 5 locales que ofertan este tipo de productos.
- No existe la oferta de camisetas decoradas.

3.9.1. Oferta actual.

De acuerdo a la información obtenida de los locales comerciales a través de las fichas de observación, se procede a determinar la oferta actual de los artículos decorativos elaborados a base de pintura en tela, principalmente cuadros decorativos en la siguiente tabla:

Tabla N°. 22 Oferta actual

Producto	Unidades vendidas	Período	Oferta anual (unidades)
Manteles	15	Mensual	900
Cojines	40	Mensual	2.400
Camisetas	20	Mensual	1.200

Elaborado por: La Autora
Fuente: Fichas de observación aplicadas
Año: 2016

3.9.2. Oferta potencial proyectada.

Con la información obtenida, se procede a proyectar la oferta empleando la tasa de crecimiento poblacional definida por el INEC para el año 2016, la misma que es de 2.02%.

La proyección se la realizará aplicando la siguiente ecuación:

$$Q_n = Q_o (1+i)^n$$

Dónde:

Q_n = oferta futura

Q_o = oferta inicial

i = % de crecimiento poblacional

n = año proyectado

Entonces:

3.9.3. Oferta potencial proyectada de manteles decorativos.

Tabla N°. 23 Oferta potencial proyectada de manteles decorativos

Año	Aplicación de la fórmula	Oferta proyectada manteles (unidades)
2016	$Q_n = 900 (1 + 2.02)^1$	918
2017	$Q_n = 900 (1 + 2.02)^2$	937
2018	$Q_n = 900 (1 + 2.02)^3$	956
2019	$Q_n = 900 (1 + 2.02)^4$	975
2020	$Q_n = 900 (1 + 2.02)^5$	995

Elaborado por: La Autora

Fuente: Fichas de observación aplicadas

Año: 2016

3.9.4. Oferta potencial proyectada de cojines decorativos.

Tabla N°. 24 Oferta potencial proyectada de cojines decorativos

Año	Aplicación de la fórmula	Oferta proyectada cojines (unidades)
2016	$Q_n = 2.400 (1 + 2.02)^1$	2.448
2017	$Q_n = 2.400 (1 + 2.02)^2$	2.498
2018	$Q_n = 2.400 (1 + 2.02)^3$	2.548
2019	$Q_n = 2.400 (1 + 2.02)^4$	2.600
2020	$Q_n = 2.400 (1 + 2.02)^5$	2.652

Elaborado por: La Autora

Fuente: Fichas de observación aplicadas

Año: 2016

3.9.5. Oferta potencial proyectada de camisetas decoradas.

Tabla N°. 25 Oferta potencial proyectada de camisetas decoradas

Año	Aplicación de la fórmula	Oferta proyectada camisetas (unidades)
2016	$Q_n = 1.200 (1 + 2.02)^1$	1.224
2017	$Q_n = 1.200 (1 + 2.02)^2$	1.249
2018	$Q_n = 1.200 (1 + 2.02)^3$	1.274
2019	$Q_n = 1.200 (1 + 2.02)^4$	1.300
2020	$Q_n = 1.200 (1 + 2.02)^5$	1.326

Elaborado por: La Autora

Fuente: Fichas de observación aplicadas

Año: 2016

3.10. Demanda potencial a satisfacer

3.10.1. Demanda potencial de manteles decorativos a satisfacer.

Luego de efectuar las proyecciones de la oferta y la demanda, se procede a comparar los datos calculados para determinar la cantidad de demanda potencial que se busca satisfacer de los manteles decorativos en el mercado. Los resultados se muestran en la siguiente tabla:

Tabla N°. 26 Demanda potencial de manteles a satisfacer

Año	Demanda proyectada (unidades)	Oferta proyectada (unidades)	Demanda a satisfacer (unidades)
2016	33.544	918	32.625
2017	34.221	937	33.285
2018	34.913	956	33.957
2019	35.618	975	34.643
2020	36.337	995	35.343

Elaborado por: La Autora
Año: 2016

3.10.2. Demanda potencial de cojines decorativos a satisfacer.

Una vez calculadas las proyecciones de oferta y demanda de los cojines decorativos, y comparados los resultados, se determina la demanda que se puede satisfacer en el mercado, los datos se muestran en la siguiente tabla:

Tabla N°. 27 Demanda potencial de cojines a satisfacer

Año	Demanda proyectada (unidades)	Oferta proyectada (unidades)	Demanda a satisfacer (unidades)
2016	67.087	2.448	64.639
2017	68.442	2.498	65.945
2018	69.825	2.548	67.277
2019	71.235	2.600	68.636
2020	72.674	2.652	70.022

Elaborado por: La Autora
Año: 2016

3.10.3. Demanda potencial de camisetas decoradas a satisfacer.

Luego de haber calculado y comparado las proyecciones de la oferta y la demanda de las camisetas decoradas, se establece la demanda que está insatisfecha en el mercado, se muestra la siguiente tabla con los datos:

Tabla N°. 28 Demanda potencial de camisetas a satisfacer

Año	Demanda proyectada (unidades)	Oferta proyectada (unidades)	Demanda a satisfacer (unidades)
2016	67.087	1.224	65.863
2017	68.442	1.249	67.194
2018	69.825	1.274	68.551
2019	71.235	1.300	69.936
2020	72.674	1.326	71.348

Elaborado por: La Autora
Año: 2016

Los resultados obtenidos demuestran que existe una gran cantidad de demanda por satisfacer, lo que se considera como una muy buena oportunidad para captar ese mercado y satisfacer sus necesidades.

3.11. Demanda a captar por el proyecto

Considerando los resultados obtenidos anteriormente y la capacidad de producción del proyecto, se establece que se podrá satisfacer el 5% del total de la demanda insatisfecha. A continuación se muestra el porcentaje de demanda a satisfacer cada año.

3.11.1. Demanda de manteles decorativos a captar.

Tabla N°. 29 Demanda de manteles a captar

Año	Demanda insatisfecha (unidades)	% de captación de demanda	Demanda a satisfacer (unidades)
2016	32.625	5%	1.631
2017	33.285	5%	1.664
2018	33.957	5%	1.698
2019	34.643	5%	1.732
2020	35.343	5%	1.767

Elaborado por: La Autora
Año: 2016

3.11.2. Demanda de cojines decorativos a captar.

Tabla N°. 30 Demanda de cojines a captar

Año	Demanda insatisfecha (unidades)	% de captación de demanda	Demanda a satisfacer (unidades)
2016	64.639	5%	3.232
2017	65.945	5%	3.297
2018	67.277	5%	3.364
2019	68.636	5%	3.432
2020	70.022	5%	3.501

Elaborado por: La Autora
Año: 2016

3.11.3. Demanda de camisetas decoradas a captar.

Tabla N°. 31 Demanda de camisetas decoradas a captar

Año	Demanda insatisfecha (unidades)	% de captación de demanda	Demanda a satisfacer (unidades)
2016	65.863	5%	3.293
2017	67.194	5%	3.360
2018	68.551	5%	3.428
2019	69.936	5%	3.497
2020	71.348	5%	3.567

Elaborado por: La Autora
Año: 2016

3.12. Precio

En la encuesta aplicada (Anexo N°. 1) se formuló preguntas acerca del precio que estarían dispuestas a pagar por los artículos decorativos, la cual tuvo respuestas de rangos de precios establecidos entre \$10 y \$30, es importante indicar que estos precios son únicamente referenciales debido a que se los debe establecer tomando en cuenta varios aspectos que a continuación se describen:

3.12.1. Fijación de precios.

La microempresa productora y comercializadora de artículos decorativos a base de pintura en tela, tomará en cuenta los siguientes criterios para fijar los precios de venta de los productos:

- Costos de producción: comprende los costos de los materiales necesarios para elaborar los productos, la mano de obra necesaria y los costos indirectos de fabricación, sumando todos estos costos se obtiene el costo de fabricación que es una base para determinar el precio de venta.
- Gastos de administración y ventas: estos valores también se considera al momento de determinar el precio de venta de los productos.

Una vez determinados los valores antes mencionados, se procede a aplicar la siguiente ecuación para establecer el precio de venta del producto:

Dónde:

$$PV = \frac{CP + G \text{ Adm y Vtas}}{U \text{ Prod}}$$

PV = Precio de venta

CP = Costos de producción

G Adm y Vtas = Gastos administrativos y de ventas

U Prod = Unidades producidas

Adicionalmente a los costos de producción y los gastos administrativos y de venta, al precio de venta se le adiciona un porcentaje de utilidad.

3.13. Estrategias de comercialización

Para poner en conocimiento de la población ibarreña los productos que se va a ofertar, es importante desarrollar y aplicar estrategias publicitarias que permitan impulsar a la microempresa y lograr su posicionamiento en el mercado.

Las estrategias publicitarias se realizarán a través del internet pues es lo que actualmente se está usando, el 42.2% del total de la población de Imbabura tiene acceso al internet según lo indica el INEC en el 2015; de esta manera se considera viable la opción de realizar publicidad por medio de redes sociales. Otro medio para difundir la nueva microempresa es a través de publicidad radial.

La comercialización de los productos se la realizará en un local comercial debido a que las mujeres encuestadas mencionaron que prefieren observar y tocar los productos directamente porque de esta manera pueden constatar que están adquiriendo un producto de calidad y con las características que ellas desean.

Es importante brindar un trato de calidad a los clientes que acudan al local comercial a adquirir los productos, puesto que el cliente es lo más importante para que el proyecto tenga éxito, merece ser tratado de una manera muy cordial, haciéndole sentir cómodo; ésta

es una buena estrategia para que brinde buenas referencias de la microempresa a las personas y puedan convertirse en futuros clientes.

Aceptar de manera positiva las sugerencias que realicen los clientes, pues es una manera de acercarse más a las exigencias que tienen en lo que se refiere a diseños, tamaños, colores, entre otros aspectos de los productos que quieran adquirir, lo principal es saber que el cliente está satisfecho con la compra que realizó.

3.14. Conclusiones del estudio de mercado

- Mediante la aplicación de las encuestas realizadas a las mujeres ibarreñas que tengan edades comprendidas entre 20 y 65 años, se pudo conocer que al 63% del total de ellas les gustaría adquirir artículos decorativos elaborados a base de pintura en tela, pues consideran que es algo innovador y creativo, mostrando que existe la oportunidad de cubrir con la demanda en la ciudad.
- Se pudo recolectar información de la competencia a través de fichas de observación, las mismas que permitieron analizar la oferta actual de estos productos y posteriormente calcular cual es la demanda insatisfecha para tratar de cubrir un porcentaje de la misma dependiendo de la capacidad de producción que posea la microempresa.
- Se aplicarán estrategias de comercialización y publicidad para posicionar la microempresa en el mercado, considerando al cliente como lo más importante para alcanzar el éxito en la ejecución del proyecto.

CAPÍTULO IV

4. ESTUDIO TÉCNICO

4.1. Presentación

Mediante el estudio técnico se procederá a identificar las principales características del proyecto, para determinar de manera óptima los aspectos importantes en lo que se refiere al tamaño, localización, ingeniería o proceso productivo para continuar con la ejecución de la microempresa.

El tamaño del proyecto estará determinado mediante la cantidad de demanda insatisfecha que se estableció en el Capítulo III y la capacidad de producción que tenga el mismo, tomando en cuenta aspectos referentes a la disponibilidad de materia prima e insumos, cantidad de trabajadores, capacidad financiera, estacionalidad de la demanda y los materiales que se utilizarán para la elaboración de los productos.

Para determinar la localización óptima del proyecto, se tomó en cuenta los datos descritos anteriormente en el Capítulo I que se refieren a los aspectos geográficos y demográficos de la población de Ibarra, a través de los cuales se establece a esta ciudad como el lugar estratégico para poner en conocimiento de la población los artículos elaborados a base de pintura sobre tela, pues en esta ciudad no existen productos que sean propios del lugar, como es el caso de otras ciudades que se caracterizan por los productos elaborados en madera, cuero o bordados.

Para establecer el proceso productivo es necesario analizar la disponibilidad y la manera de utilizar los recursos materiales, humanos y económicos, tratando siempre de aprovecharlos al máximo, es decir, optimizándolos para evitar incurrir en gastos elevados e innecesarios.

4.2. Tamaño del proyecto

De acuerdo a los resultados obtenidos en el Capítulo III Estudio de Mercado, para determinar el tamaño óptimo del proyecto se debe considerar el porcentaje de la demanda insatisfecha que se va a captar con la producción que genere la microempresa, la cual es del 5%, esto es del total de la proyección de la demanda insatisfecha, además se tomará en cuenta aspectos como la disponibilidad de la materia prima e insumos, el talento humano y los materiales necesarios para la producción.

4.2.1. Producción.

Para cubrir el porcentaje de demanda insatisfecha establecido, es necesario realizar una producción diaria de 7 manteles, 13 cojines y 14 camisetas en el primer año; en la siguiente tabla que se muestra a continuación se detalla la cantidad de productos que se elaborarán en el año, especificando las unidades de cada producto de manera diaria, mensual y anual.

Tabla N°. 32 Producción estimada en unidades			
Producto	Diario (unidades)	Mensual (unidades)	Anual (unidades)
Manteles	7	136	1.613
Cojines	13	269	3.232
Camisetas	14	274	3.293
Total	34	679	8.138

Elaborado por: La Autora
Año: 2016

4.2.2. Materia prima.

Para la elaboración de los artículos decorativos a base de pintura en tela, la materia prima que se utilizará en el caso de los manteles es tela de algodón denominada “tela Aruba”, de igual manera para los cojines aunque también se puede utilizar tela de gamuza, en lo que

respecta a las camisetas, deben ser de tela de algodón de punto que no se estiren demasiado para que la pintura se impregne de mejor manera; las telas se las obtendrá a través del almacén Trapos Finos que oferta todo tipo de telas al por mayor.

Las pinturas textiles para la decoración de los productos serán adquiridas en el almacén A Todo Color de la ciudad de Ibarra, el cual tiene siempre disponible este tipo de pinturas en todos los colores y las presentaciones, el relleno para los cojines se lo hace con fibras de poliéster, este material se lo encuentra en los almacenes que comercializan telas.

En el caso de las camisetas, el proveedor será en Sr. Daniel Sánchez, que se dedica a elaborar ropa de algodón, y nos podrá proveer este producto, otra manera también es que los clientes lleven sus prendas de vestir que deseen decorar y en este caso lo único que utilizaremos es la pintura. Ver Anexo 3.

4.2.3. Talento humano.

Para poder cumplir con la producción estimada de los productos, es necesario que el área de fabricación cuente con aproximadamente 5 mujeres que tengan habilidades, creatividad e imaginación y la puedan plasmar en los productos que elaboran, para brindar a los clientes productos de calidad, que les parezcan agradables y puedan ser aceptados y adquiridos. Para desempeñar este trabajo, no es indispensable que las trabajadoras tengan conocimiento de la técnica de pintura sobre tela, debido a que previamente se les brindará una capacitación por parte de la microempresa antes de empezar a laborar en la misma. Se necesitará una persona que cumpla con las funciones de bodeguero.

Para el área administrativa es necesario contar con los servicios de personal capacitado, que tenga conocimiento en aspectos administrativos, financieros y tributarios, para poder cumplir con todas las obligaciones y operar según dice la ley, una persona se desempeñará

como gerente de la microempresa. En el área de ventas se requiere los servicios de una persona que desempeñe el rol de atención al cliente y se encargue del manejo de las redes sociales para publicitar los productos.

4.2.4. Materiales e insumos.

El proceso de elaboración de estos productos no requiere de maquinaria ni de tecnología, debido a que todo se realiza de manera manual; por esta razón lo que se necesita son pinceles de varios tipos, una paleta para la mezcla de los colores y un segmento de tabla triplex que sirve de base para apoyar la tela.

4.2.5. Estacionalidad de la demanda.

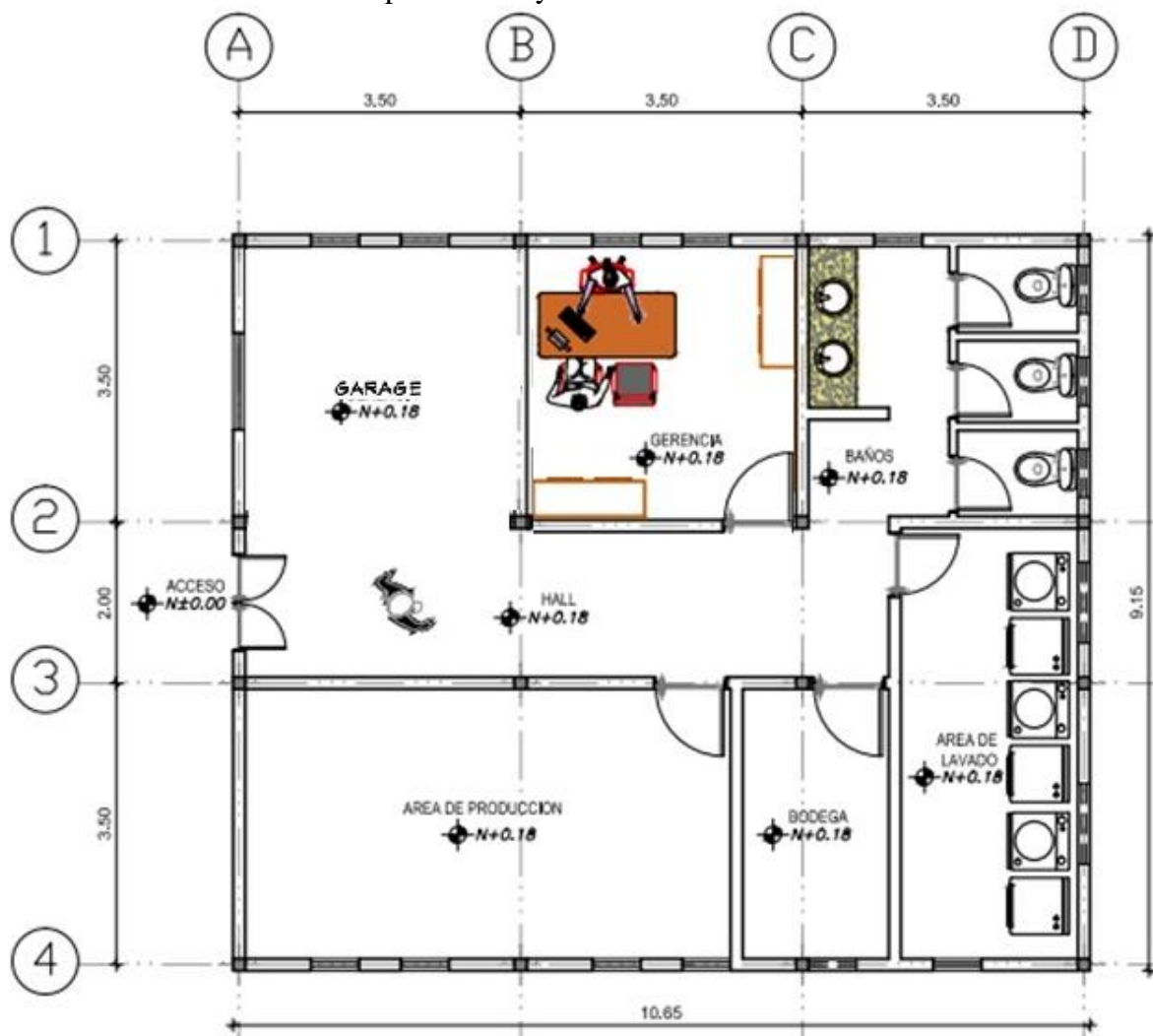
Los artículos decorativos no son productos primarios o de primera necesidad, razón por la cual no es indispensable su adquisición durante todo el año, al ser decorativos pueden ser comprados para ser utilizados en fechas especiales como es navidad, día de la madre, San Valentín o cualquier otra fecha que consideren especial como cumpleaños o aniversarios. Considerando esos aspectos, estas fechas serían las que mayor demanda tenga los productos y probablemente el volumen de la producción tenga que aumentar.

4.2.6. Distribución de la planta.

La planta estará diseñada y distribuida de acuerdo a las necesidades de la microempresa, la fábrica tendrá un total de 90 m² distribuido en las oficinas de gerencia y contabilidad, área de producción, lavado, bodega y servicios higiénicos.

Para determinar el área que tiene el departamento de producción, se consideró la cantidad de mano de obra que se va a emplear en el proceso productivo y la cantidad de máquinas e instrumentos necesarios para elaborar los productos.

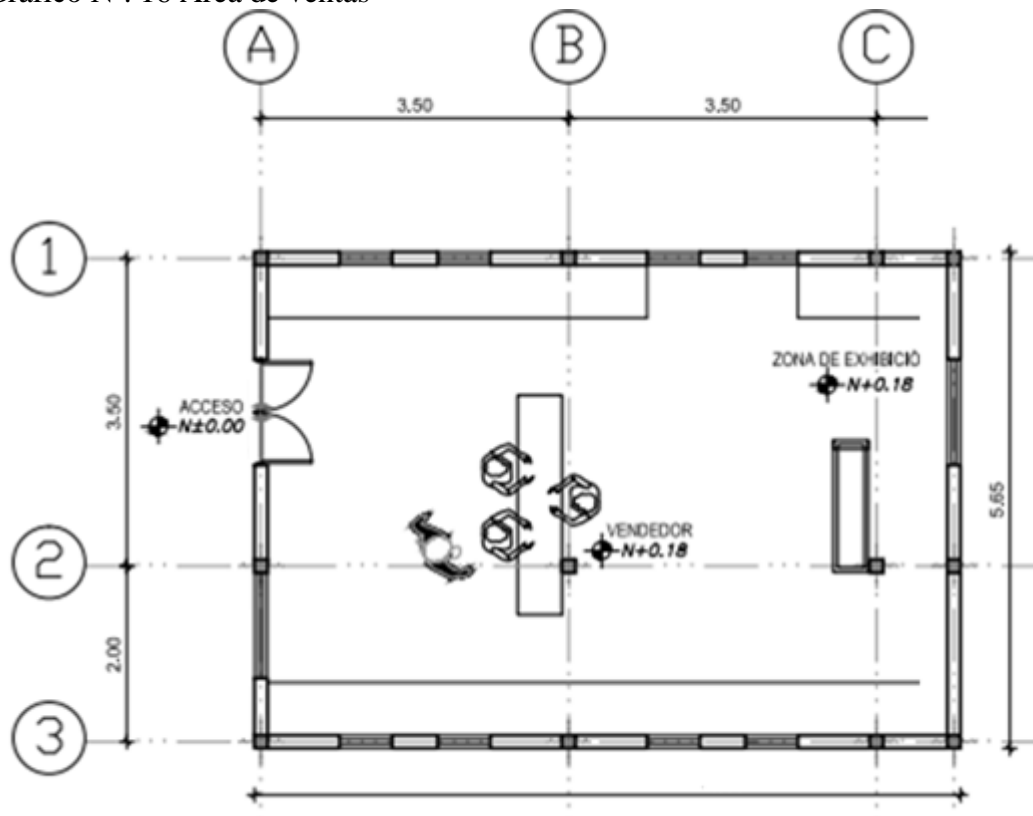
Gráfico N°. 15 Área de producción y administración



Elaborado por: Arq. Carolina Chuquín
Año: 2016

El área de ventas estará ubicada en el centro de la ciudad, con distribución para la zona de exhibición de los productos, la zona destinada para el cobro por ventas y un baño, teniendo un área aproximada de 30 m².

Gráfico N°. 16 Área de ventas



Elaborado por: Arq. Carolina Chuquín
Año: 2016

4.3. Localización del proyecto

4.3.1. Macro localización del proyecto.

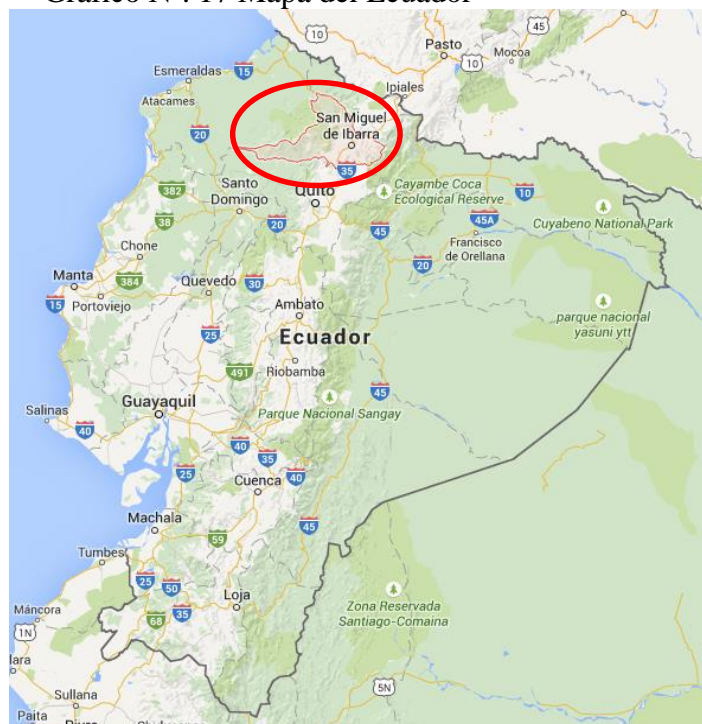
Para determinar la macro localización del proyecto, se consideró los aspectos que se describen a continuación:

Cuadro N°. 5 Macro localización del proyecto

Ubicación geográfica	Descripción
País	Ecuador, es un país ubicado en la región noroccidental de América del Sur.
Zona	La Zona de Planificación 1 se localiza al norte del Ecuador, está conformada por las provincias de Carchi, Esmeraldas, Imbabura y Sucumbíos; es la zona más estratégicamente económica de todas y su capital administrativa es la ciudad de Ibarra.
Región	La región Interandina o Sierra, es una región natural que se extiende de norte a sur por los Andes ecuatorianos.
Provincia	Imbabura, perteneciente a la Sierra Norte del país, conocida también como “La provincia de los lagos”, limita con las siguientes provincias: al norte Carchi, al sur Pichincha, al este Sucumbíos y al oeste Esmeraldas.
Cantón	Ibarra, conocida como “la ciudad blanca” o “ciudad a la que siempre se vuelve”; es el centro de desarrollo económico, educativo y científico de la región, se ubica a 115 Km al noreste de Quito y a 125 Km al sur de Tulcán.

Elaborado por: La Autora
Año: 2016

Gráfico N°. 17 Mapa del Ecuador



Elaborado por: La Autora
Fuente: Google Maps
Año: 2016

Gráfico N°. 18 Ubicación geográfica de Imbabura



Elaborado por: La Autora
Fuente: Google Maps
Año: 2016

Gráfico N°. 19 Localización geográfica de Ibarra



Elaborado por: La Autora
 Fuente: Google Maps
 Año: 2016

4.3.2. Micro localización del proyecto.

Para determinar el lugar óptimo donde se va a localizar la microempresa de artículos decorativos a base de pintura en tela, se seleccionó tres parroquias urbanas de Ibarra considerando diferentes aspectos, cabe recalcar que únicamente el área de producción estará ubicada en este lugar, el área de ventas se determinará evaluando los factores comerciales en diferentes sectores de la ciudad.

4.3.2.1. Sectores para la instalación de la microempresa.

Parroquia El Sagrario

Parroquia Caranqui

Parroquia San Francisco

4.3.2.2. Factores.

Cuadro N°. 6 Factores de localización

Factores geográficos	Factores legales	Factores ambientales
Disponibilidad de espacio físico	Ordenanzas municipales	Manejo de deshechos
Vías de acceso	Permisos municipales	
Servicio de transporte		
Infraestructura básica		
Servicios básicos		

Elaborado por: La Autora
Año: 2016

4.3.3.3. Escala de evaluación de factores.

Tabla N°. 33 Escala de evaluación de factores

Escala cualitativa	Escala cuantitativa
Óptima	5
Muy Buena	4
Buena	3
Regular	2
Malo	1

Elaborado por: La Autora
Año: 2016

4.3.3.4. Matriz de evaluación de factores.

Tabla N°. 34 Matriz de evaluación de factores

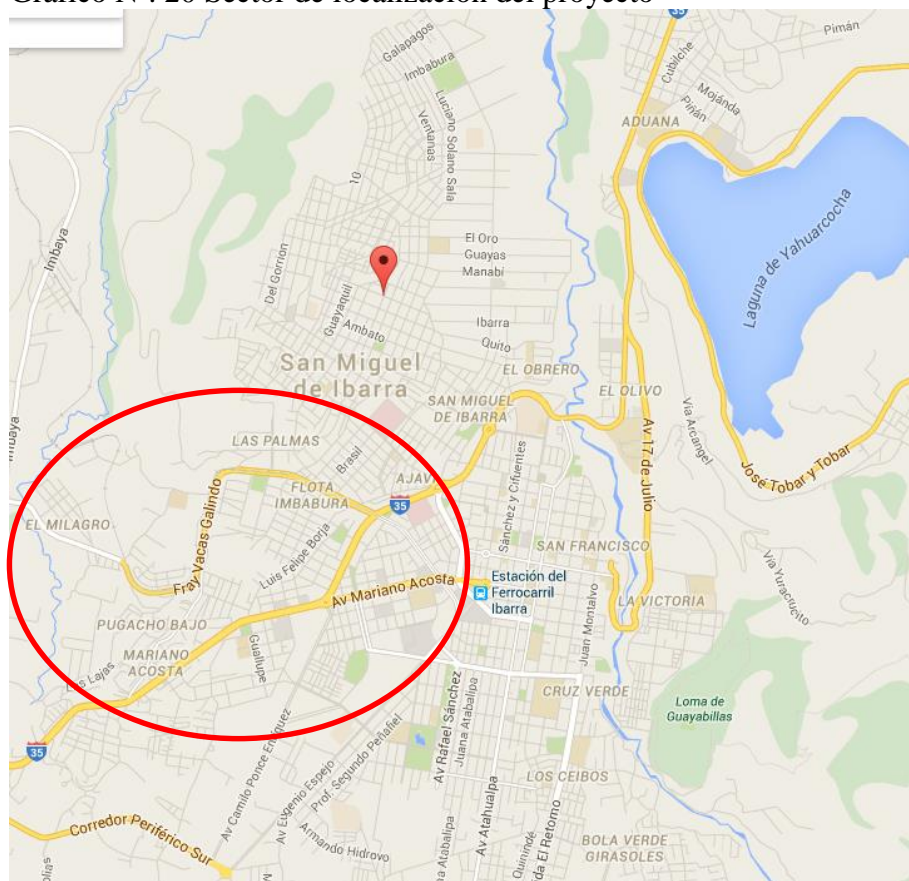
Factores	Sectores		
	Parroquia El Sagrario	Parroquia Caranqui	Parroquia San Francisco
Factores geográficos			
Disponibilidad de espacio físico	5	3	1
Vías de acceso	5	5	5
Servicio de transporte	5	4	5
Infraestructura básica	4	3	3
Servicios básicos	5	5	5
SUBTOTAL	24	20	19
Factores legales			
Ordenanzas municipales	5	4	4
Permisos municipales	5	2	2
SUBTOTAL	10	6	6
Factores ambientales			
Manejo de desechos	5	2	4
SUBTOTAL	5	2	4
TOTAL	39	28	29

Elaborado por: La Autora
Fuente: Investigación directa
Año: 2016

4.3.3.5. Análisis e interpretación de la matriz de evaluación de factores.

A través de la matriz de evaluación de los factores para establecer la micro localización del proyecto, se observa que el sector que más puntaje obtuvo a su favor es la parroquia El Sagrario de la ciudad de Ibarra con 39 puntos, esto debido a que cuenta con los servicios básicos necesarios, vías de acceso, transporte y tiene espacio disponible para la instalación de una microempresa.

Gráfico N°. 20 Sector de localización del proyecto



Elaborado por: La Autora
Fuente: Google Maps
Año: 2016

4.3.3.6. Sectores para la instalación del área de ventas.

Av. Mariano Acosta

Calle Olmedo

Av. Atahualpa

4.3.3.7. Factores Comerciales.

Posición estratégica

Seguridad

Afluencia de personas

Servicios básicos

Infraestructura disponible

Vías de acceso

Transporte

4.3.3.8. Escala de evaluación de factores.

Tabla N°. 35 Escala de evaluación de factores

Escala cualitativa	Escala cuantitativa
Óptima	5
Muy Buena	4
Buena	3
Regular	2
Malo	1

Elaborado por: La Autora
Año: 2016

4.3.3.9. Matriz de evaluación de factores.

Tabla N°. 36 Matriz de evaluación de factores

Factores	Sectores		
	Av. Mariano Acosta	Calle Olmedo	Av. Atahualpa
Factores comerciales			
Posición estratégica	3	5	3
Seguridad	2	4	3
Afluencia de personas	1	5	3
Servicios básicos	5	5	5
Infraestructura disponible	2	4	2
Vías de acceso	4	5	5
Transporte	3	5	2
TOTAL	20	33	23

Elaborado por: La Autora
Fuente: Investigación directa
Año: 2016

4.3.3.10. Análisis e interpretación de la matriz de evaluación de factores.

Mediante la matriz de evaluación de los factores para establecer la micro localización del área de ventas de la microempresa, se determina que el sector que más estratégico es la Calle Olmedo con 33 puntos, se debe a que tiene mayor afluencia de personas por ser una zona céntrica de la ciudad, existen locales disponibles para arrendar con todos los servicios básicos y existe facilidad de acceso a este lugar.

4.4. Ingeniería del proyecto

Los productos que la microempresa producirá son principalmente manteles, cojines y camisetas con diseños decorados con pintura en tela, las características de estos productos son las siguientes:

- Elaborados en tela de buena calidad
- Colores llamativos
- Diseños variados de acuerdo a la temporada y la ocasión
- Modelos distintos e innovadores
- Terminados de calidad

A continuación se muestran varias imágenes de los productos que se elaborarán:

Manteles:

Gráfico N°. 21 Manteles



Elaborado por: La Autora
Fuente: Investigación directa
Año: 2016

Cojines:

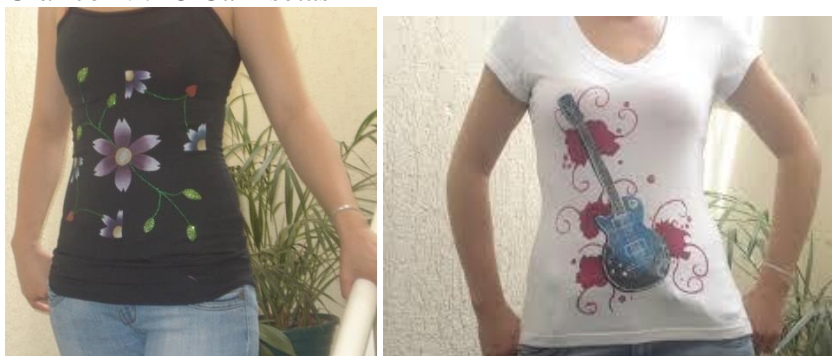
Gráfico N°. 22 Cojines



Elaborado por: La Autora
Fuente: Investigación propia
Año: 2016

Camisetas:

Gráfico N°. 23 Camisetas

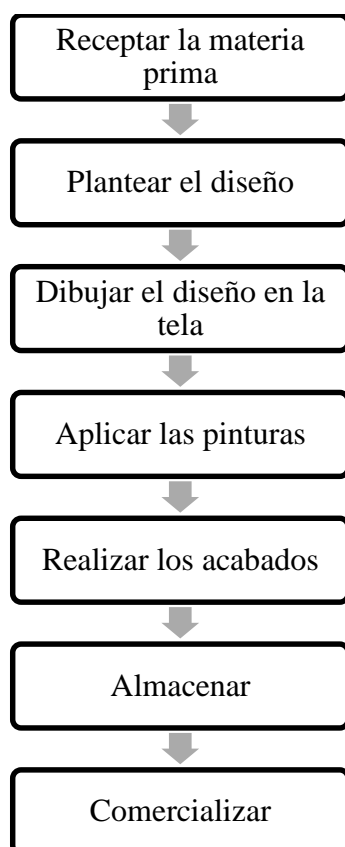


Elaborado por: La Autora
Fuente: Investigación propia
Año: 2016

4.4.1. Diagrama de bloques.

Se denomina así a la representación de los pasos más importantes del proceso productivo de los artículos decorativos a base de pintura en tela en un esquema con secuencias y orden, como se muestra a continuación:

Cuadro N°. 7 Diagrama de bloques



Elaborado por: La Autora
Fuente: Investigación propia
Año: 2016

4.4.1.1. Descripción de las etapas del diagrama de bloques.

➤ Receptar la materia prima:

El área de bodega recepará los rollos de tela, las camisetas, las pinturas y los materiales para los acabados, procederá a cortar la tela con las medidas establecidas para los manteles y los cojines para a continuación lavarla y secarla.

Gráfico N°. 24 Recepción de materia prima



Elaborado por: La Autora
Fuente: Investigación propia
Año: 2016

➤ **Plantear el diseño:**

Para iniciar con el proceso productivo es importante que se realicen diseños propios para cada producto, esta etapa no será necesaria cuando los clientes requieran productos con diseños personalizados.

Gráfico N°. 25 Plantear el diseño



Elaborado por: La Autora
Fuente: Investigación propia
Año: 2016

➤ **Dibujar el diseño en la tela:**

El diseño que previamente está plasmado en papel se lo debe copiar en la tela con la ayuda de un lápiz y papel carbónico para tela; es necesario que el diseño quede bien marcado para poder pintarlo.

Gráfico N°. 26 Dibujar el diseño en la tela



Elaborado por: La Autora
Fuente: Investigación propia
Año: 2016

➤ **Aplicar las pinturas decorativas:**

Una vez que el diseño esté dibujado en la tela, se procede a decorarlo con las pinturas textiles, primero se debe poner una base de pintura blanca a todo el dibujo para que las demás pinturas se impregnen mejor y los colores sobresalgan, una vez que la capa de base se seque, se continúa pintando cuidadosa y detalladamente los colores que corresponden al dibujo hasta obtener el diseño deseado.

Gráfico N°. 27 Aplicar las pinturas decorativas



Elaborado por: La Autora
Fuente: Investigación propia
Año: 2016

➤ **Realizar los acabados:**

Cuando el dibujo del producto esté pintado en su totalidad, se debe dejar secar la pintura completamente por aproximadamente 72 horas, a continuación se debe planchar por el revés el área pintada, sin vapor, a una temperatura que la tela pueda soportar por máximo 3 minutos

para que los colores se adhieran completamente. Luego de esto se coloca el encaje y se lava muy bien el producto para sacar cualquier mancha existente.

Gráfico N°. 28 Realizar los acabados



Elaborado por: La Autora
Fuente: Investigación propia
Año: 2016

➤ **Almacenar:**

Finalizado el proceso de pintura, una vez que están lavados y secos por completo, los artículos decorativos como manteles, cojines y camisetas están listos para ser almacenados hasta el momento de despacharlos al área de ventas.

Gráfico N°. 29 Almacenamiento



Elaborado por: La Autora
Fuente: Investigación propia
Año: 2016

➤ **Comercializar:**

Los productos serán exhibidos a los clientes en el área de ventas de la microempresa, estarán en mostradores, vitrales y en estanterías para que el público les pueda observar de cerca y elijan su preferido.

Gráfico N°. 30 Comercialización





Elaborado por: La Autora
Fuente: Investigación propia
Año: 2016


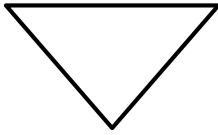
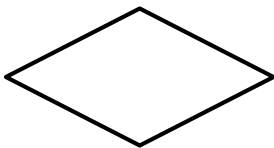
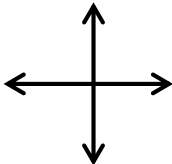
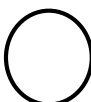
4.4.2. Flujograma de procesos.

El flujograma es un esquema gráfico que muestra de manera secuencial y ordenada todos los pasos o procedimientos que se deben seguir para realizar el proceso de elaboración de los productos, consta de diferentes figuras que tienen significados diferentes y en ellas se describe las diferentes actividades.

El ANSI (American National Standard Institute) desarrolló una simbología para emplearla en el diseño de diagramas de flujo como se muestra a continuación:

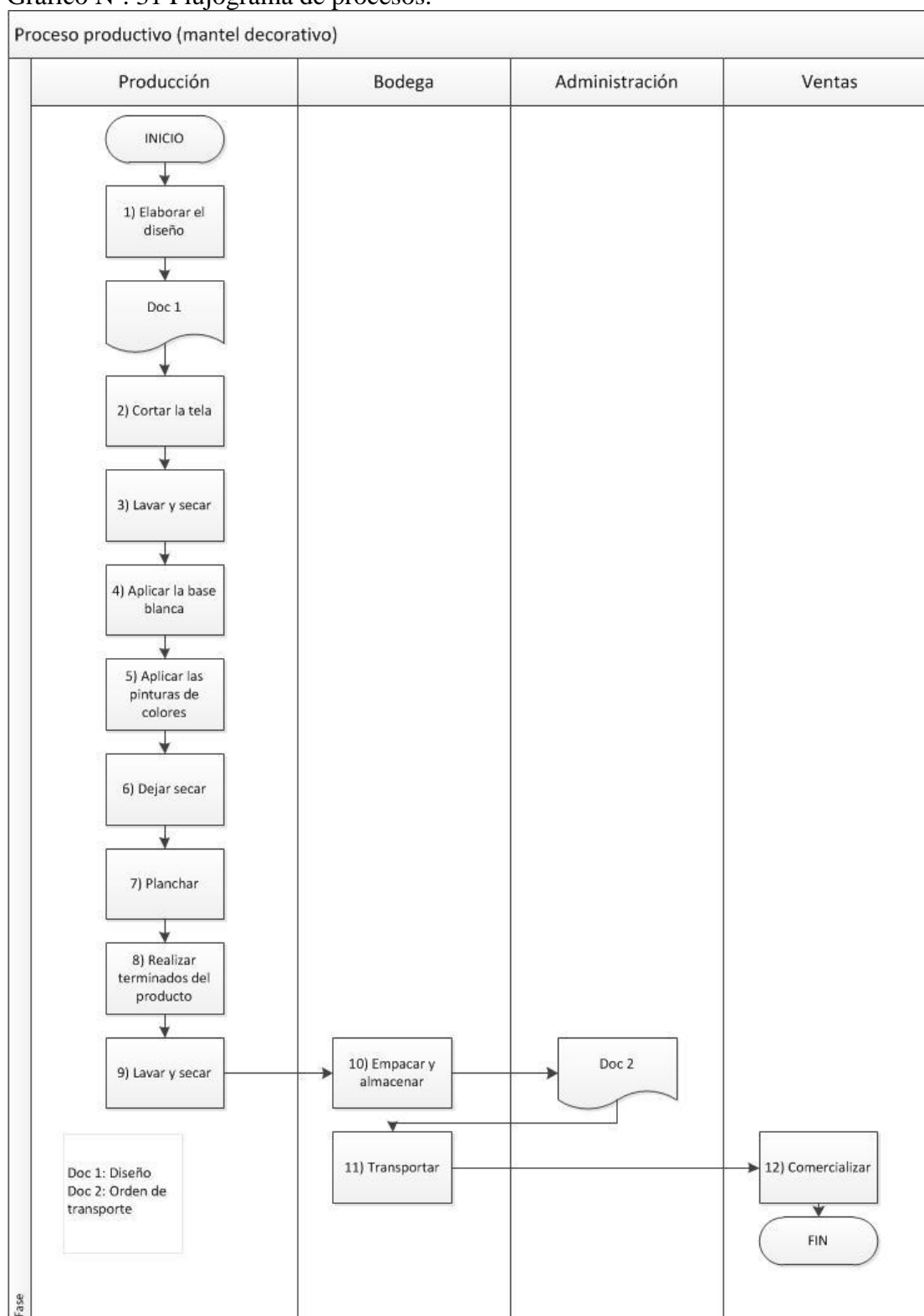
Cuadro N°. 8 Simbología del flujograma

Símbolo	Significado	Utilización
	Inicio / Fin	Indica el inicio y el final del diagrama de flujo.
	Operación / Actividad	Símbolo de proceso, representa a una operación o actividad.
		Representa cualquier tipo de

	Documento	documento que entre, se utilice, se genere o salga del procedimiento.
	Almacenamiento / Archivo	Indica el depósito permanente de un documento o información.
	Decisión	Indica un punto dentro del flujo en que son posibles varias alternativas.
	Líneas de flujo	Conecta los símbolos señalando el orden en que se deben realizar las operaciones.
	Conector	Enlaza dos pasos no consecutivos en una misma página.

Flujograma de proceso.

Gráfico N°. 31 Flujograma de procesos.



Elaborado por: La Autora
Año: 2016

4.4.3. Inversiones.

Para la ejecución del proyecto es necesaria la adquisición de materiales, muebles, maquinaria, insumos tanto para el área de producción, administración y de ventas. A continuación se detallan los activos fijos, variables, diferidos y capital de trabajo del proyecto.

4.4.3.1. Activos fijos.

1. Infraestructura.

En este caso se considera el valor mensual del arriendo del local para ventas que es de \$ 350 y el área de producción y administración de la microempresa tendrá un valor de \$ 100 por este concepto.

2. Maquinaria y equipo.

Se trata de las herramientas de trabajo necesarias para poder cumplir con el ciclo de producción de los artículos decorativos, entre los que se ha considerado los siguientes:

Tabla N°. 37 Maquinaria y equipo

Descripción	Cantidad (unidades)	Valor unitario (dólares)	Valor total
Máquina recta	3	800,00	2.400,00
Máquina overlock	3	1.200,00	3.600,00
Lavadoras	5	800,00	4.000,00
Secadoras	5	700,00	3.500,00
TOTAL			13.500,00

Elaborado por: La Autora
Fuente: Investigación directa
Año: 2016

3. Herramientas.

Tabla N°. 38 Herramientas

Descripción	Cantidad (unidades)	Valor unitario (dólares)	Valor total
Planchas	5	35,00	175,00
Pinceles	200	1,00	200,00
Paletas	10	5,00	50,00
TOTAL			425,00

Elaborado por: La Autora
Fuente: Investigación directa
Año: 2016

4. Muebles y enseres.

Los muebles y enseres son los que serán destinados al área de producción, administración y ventas, como lo muestra la siguiente tabla:

Tabla N°. 39 Muebles y enseres

Área	Descripción	Cantidad (unidades)	Valor unitario (dólares)	Valor total
Administración	Escritorios	2	250,00	500,00
	Sillas	2	105,00	210,00
	Archivadores	2	150,00	300,00
Producción	Sillas	8	40,00	320,00
	Mesas	4	100,00	400,00
	Estanterías	4	100,00	400,00
	Counter	1	280,00	280,00
Ventas	Sillas	4	40,00	160,00
	Mostradores	4	300,00	1.200,00
Total				3.770,00

Elaborado por: La Autora
Fuente: Investigación directa
Año: 2016

5. Equipo de computación.

Este equipo de computación será utilizado en el área de gerencia, contabilidad y ventas.

Tabla N°. 40 Equipo de computación

Descripción	Cantidad (unidades)	Valor unitario (dólares)	Valor total
Computador	3	500,00	1.500,00
Impresora multifunción	3	100,00	300,00
Total			1.800,00

Elaborado por: La Autora
Fuente: Investigación directa
Año: 2016

6. Resumen de activos fijos.

Tabla N°. 41 Resumen de activos fijos

Descripción	Valor total
Maquinaria y equipo	13.500,00
Muebles y enseres	3.770,00
Equipo de computación	1.800,00
Herramientas	425,00
TOTAL	19.495,00

Elaborado por: La Autora
Fuente: Investigación directa
Año: 2016

4.4.3.2. Activos diferidos.

Dentro de este rubro se consideran los gastos en que se incurre para obtener los permisos correspondientes para legalizar la microempresa y poder funcionar correctamente.

Tabla N°. 42 Activos diferidos

Descripción	Cantidad (unidades)	Valor unitario (dólares)	Valor total
Diseño y readecuación del local comercial	1	1.000	1.000
Total			1.000

Elaborado por: La Autora
Fuente: Investigación directa
Año: 2016

4.4.3.3. Capital de trabajo.

Para calcular estos valores, se consideró lo que se requiere para operar en la microempresa en tres meses, cabe señalar que estos valores son variables dependiendo del volumen de producción. Cada uno de estos costos y gastos se detalla en el Capítulo V.

Tabla N°. 43 Capital de trabajo

Descripción	Valor mensual
Materia prima	19.979,00
Mano de obra	31.102,31
CIF	6.216,00
Gastos Administrativos	17.611,03
Gastos de Ventas	19.523,72
Capital de trabajo anual	94.432,07
Capital de trabajo 3 meses	23.608,02

Elaborado por: La Autora
Fuente: Investigación directa
Año: 2016

4.4.3.4. Inversión del proyecto.

La siguiente tabla muestra el valor de la inversión que se necesita para poner en marcha el proyecto.

Tabla N°. 44 Inversión del proyecto

Descripción	Valor
Activos fijos	
Maquinaria y equipo	13.500,00
Máquinas rectas	2.400,00
Máquinas overlock	3.600,00
Lavadoras	4.000,00
Secadoras	3.500,00
Muebles y enseres	3.770,00
Escritorios	500,00
Sillas	690,00
Archivadores	300,00
Mesas	400,00
Estanterías	400,00
Counter	280,00
Mostradores	1.200,00
Equipo de computación	1.800,00
Computadores	1.500,00
Impresoras	300,00
Herramientas	425,00
Planchas	175,00
Pinceles	200,00
Paletas	50,00
Activos diferidos	1.000,00
Diseño y readecuación del local	1.000,00
Capital de trabajo 3 meses	23.608,02
TOTAL	44.103,02

Elaborado por: La Autora
Fuente: Investigación directa
Año: 2016

4.4.3.5. *Financiamiento.*

Se financiará el 55% del total de la inversión con capital propio, y el 45% restante se lo realizará a través de un crédito solicitado al Banco Nacional de Fomento para cubrir la totalidad de la inversión y ejecutar el proyecto.

Tabla N°. 45 Financiamiento del proyecto

Detalle	Monto	Porcentaje
Capital propio	24.103,02	55%
Crédito	20.000,00	45%
TOTAL	44.103,02	100%

Elaborado por: La Autora
Fuente: Investigación directa
Año: 2016

CAPÍTULO V

5. ESTUDIO ECONÓMICO Y FINANCIERO

5.1. Ingresos

En este proyecto, los ingresos provienen de la venta de los artículos decorativos, tales como manteles, cojines y camisetas, para calcular los ingresos se multiplica la cantidad de productos que se estiman vender por el precio de venta determinado para cada uno, a continuación se muestra la proyección de las ventas y el precio de venta.

5.1.1. Cantidad de ventas.

La proyección de las ventas se realizó tomando en cuenta el porcentaje de crecimiento de la población establecido por el INEC para el año 2015, el cual es del 2.02%, esto además está expuesto en el Capítulo III Estudio de Mercado.

Tabla N°. 46 Ventas de artículos decorativos					
Producto	Año 2016	Año 2017	Año 2018	Año 2019	Año 2020
Manteles	1.631	1.664	1.698	1.732	1.767
Cojines	3.232	3.297	3.364	3.432	3.501
Camisetas	3.293	3.360	3.428	3.497	3.567

Elaborado por: La Autora
Fuente: Investigación directa
Año: 2016

5.1.2. Precio de venta.

Para determinar el precio de venta se debe sumar los valores de cada elemento del costo de producción más los gastos administrativos y de venta, dividirlo para el total de unidades producidas y agregarle un porcentaje de utilidad que en este caso es del 30% para el primer año, este porcentaje se incrementará 1% para cada año consecutivo.

Estas tablas muestran de manera detallada los rubros que se han considerado para determinar el precio de venta que tendrán los artículos decorativos en el primer año de funcionamiento de la microempresa.

Tabla N°. 47 Precio de venta manteles

Detalle	2016
Materia Prima Directa	7.725,00
Mano de Obra	10.367,44
Costos Indirectos de Fabricación	2.072,00
Gastos Administrativos	5.870,34
Gastos de Ventas	6.507,91
Total	32.542,69
Unidades	1.631
Costo Unitario	20,00
Utilidad	30%
Precio de Venta	26,00

Elaborado por: La Autora
Fuente: Investigación directa
Año: 2016

Tabla N°. 48 Precio de venta cojines

Detalle	2016
Materia Prima Directa	2.165,00
Mano de Obra	10.367,44
Costos Indirectos de Fabricación	2.072,00
Gastos Administrativos	5.870,34
Gastos de Ventas	6.507,91
Total	26.982,69
Unidades	3.232
Costo Unitario	8,00
Utilidad	30%
Precio de Venta	10,00

Elaborado por: La Autora
Fuente: Investigación directa
Año: 2016

Tabla N°. 49 Precio de venta camisetas

Detalle	2016
Materia Prima Directa	10.089,00
Mano de Obra	10.367,44
Costos Indirectos de Fabricación	2.072,00
Gastos Administrativos	5.870,34
Gastos de Ventas	6.507,91
Total	34.906,69
Unidades	3.293
Costo Unitario	11,00
Utilidad	30%
Precio de Venta	14,00

Elaborado por: La Autora
Fuente: Investigación directa
Año: 2016

Para proyectar el precio de venta de estos productos, se toma como referencia el porcentaje de inflación en el Ecuador determinado por el INEC en diciembre del 2015, el mismo que corresponde al 3.38%

La fórmula que se utiliza para proyectar el precio de venta es la siguiente:

$$P_p = P_o (1+i)^n$$

Dónde:

P_p = precio proyectado

P_o = precio inicial

i = % de inflación

n = año proyectado

Entonces:

$$P_p = 26 (1 + 0,0338)^1$$

Pp = 26

Tabla N°. 50 Proyección del precio de venta

Producto	2016	2017	2018	2019	2020
Manteles	26,00	26,00	28,00	28,00	29,00
Cojines	10,00	12,00	12,00	12,00	12,00
Camisetas	14,00	14,00	15,00	15,00	16,00

Elaborado por: La Autora
Fuente: Investigación directa
Año: 2016

5.1.3. Ingresos proyectados.

La siguiente tabla muestra los ingresos que obtendrá la microempresa en cada uno de los cinco años, para calcularlos se multiplicó el precio de venta por el total de unidades que se estima vender, estos valores fueron proyectados aplicando el 3.38% de inflación que determinó el INEC para el año 2015.

Tabla N°. 51 Ingresos proyectados

Producto	2016	2017	2018	2019	2020
Manteles					
Unidades	1.631	1.664	1.698	1.732	1.767
Precio de Venta	26,00	26,00	28,00	28,00	29,00
Subtotal	42.406,00	43.264,00	47.544,00	48.496,00	51.243,00
Cojines					
Unidades	3.232	3.297	3.364	3.432	3.501
Precio de Venta	10,00	12,00	12,00	12,00	12,00
Subtotal	32.320,00	39.564,00	40.368,00	41.184,00	42.012,00
Camisetas					
Unidades	3.293	3.360	3.428	3.497	3.567
Precio de Venta	14,00	14,00	15,00	15,00	16,00
Subtotal	46.102,00	47.040,00	51.420,00	52.455,00	57.072,00
TOTAL	120.828,00	129.868,00	139.332,00	142.135,00	150.327,00

Elaborado por: La Autora
Fuente: Investigación directa
Año: 2016

5.2. Egresos

Los egresos están representados por los desembolsos de dinero que se realiza en la microempresa para poder desarrollar las actividades y cumplir el ciclo productivo, dentro de

ellos se puede mencionar el costo de producción, gastos administrativos, de ventas, financieros y gastos de constitución.

5.2.1. Costo de producción.

Dentro de los costos de producción se toma en cuenta a la materia prima, la mano de obra y los costos indirectos de fabricación, es decir, todo lo que se necesita para elaborar los productos, para calcularlos se debe considerar la capacidad máxima de producción que tiene la microempresa y posteriormente serán proyectados en base a la cantidad de productos que se vendrán al año; la proyección se realizará utilizando la tasa de inflación que determinó el INEC para diciembre del 2015 que es de 3.38%

1. Materia prima MP

A continuación se muestra una tabla con la información de cada materia prima que se utiliza, la cantidad y su precio. Se debe indicar que los manteles tienen una dimensión de 2 metros, por ende, de cada rollo de tela se puede elaborar 25 unidades y las cajas de pintura están conformadas por 12 unidades cada una.

Tabla N°. 52 Materia prima manteles

Descripción	Cantidad	Unidad	Precio Unitario	Precio Total
Tela aruba 50m c/u	66	Rollos	105,00	6.930,00
Pintura de base blanca	30	Cajas	6,00	180,00
Pinturas de colores	50	Cajas	6,00	300,00
Hilo 1000m c/u	5	Conos	3,00	15,00
Encaje 1000m c/u	12	Rollos	25,00	300,00
TOTAL ANUAL				7.725,00

Elaborado por: La Autora
Fuente: Investigación directa
Año: 2016

Cada cojín tiene una medida de 25cm * 25cm, por lo tanto de cada rollo de tela es posible fabricar 400 cojines, en la siguiente tabla se indica la cantidad de materia prima necesaria en el año con su respectivo precio.

Tabla N°. 53 Materia prima cojines

Descripción	Cantidad	Unidad	Precio Unitario	Precio Total
Tela aruba 50m c/u	9	Rollos	105,00	945,00
Pintura de base blanca	30	Cajas	6,00	180,00
Pinturas de colores	50	Cajas	6,00	300,00
Hilo 1000m c/u	5	Conos	3,00	15,00
Plumón 5kl c/u	145	Kilos	5,00	725,00
TOTAL ANUAL				2.165,00

Elaborado por: La Autora
Fuente: Investigación directa
Año: 2016

En la tabla se muestra la cantidad de materia prima necesaria para decorar las camisetas, en el año se adquirirán las 3.293 unidades para cubrir con la demanda.

Tabla N°. 54 Materia prima camisetas

Descripción	Cantidad	Unidad	Precio Unitario	Precio Total
Camisetas de algodón	3.293	Unidades	3,00	9.879,00
Pintura de base blanca	10	Cajas	6,00	60,00
Pinturas de colores	25	Cajas	6,00	150,00
TOTAL ANUAL				10.089,00

Elaborado por: La Autora
Fuente: Investigación directa
Año: 2016

En esta tabla se puede observar la proyección del costo de materia prima consolidado de los tres productos, el cálculo se lo realizó empleando la tasa de inflación decretada por el INEC para el 2015, la misma que es de 3.38%.

Tabla N°. 55 Costo materia prima proyectado					
Detalle	2016	2017	2018	2019	2020
Manteles	7.725,00	7.986,11	8.256,04	8.535,09	8.823,58
Cojines	2.165,00	2.238,18	2.313,83	2.392,03	2.472,89
Camisetas	10.089,00	10.430,01	10.782,54	11.146,99	11.523,76
TOTAL	19.979,00	20.654,29	21.352,41	22.074,12	22.820,22

Elaborado por: La Autora
Fuente: Investigación directa
Año: 2016

2. Mano de obra MO

Se considera dentro de este rubro, a todas las personas que laborarán en el área de producción, es decir, las personas encargadas de elaborar los artículos decorativos; es importante indicar que serán 5 las personas encargadas de este trabajo.

Para proyectar los sueldos de las trabajadoras, se tomó como referencia la tasa de crecimiento salarial de los 5 últimos años que se ha calculado en base al salario básico.

Tabla N°. 56 Tasa de crecimiento salarial

Año	Salario
2012	292,00
2013	318,00
2014	340,00
2015	354,00
2016	366,00
Tasa de crecimiento	5,81%

Elaborado por: La Autora
Fuente: Investigación directa
Año: 2016

$$CS = \sqrt[n-1]{\frac{\text{Último dato histórico}}{\text{Primer dato hitórico}}} - 1 * 100$$

$$CS = \sqrt[5-1]{\frac{366,00}{292,00}} - 1 * 100$$

$$CS = \sqrt[4]{1,253424658} - 1 * 100$$

$$CS = 1,058094748 - 1 * 100$$

$$CS = 0,05809 * 100 = 5,81\%$$

A continuación se muestra la tabla de proyección de la remuneración con los beneficios de ley, para totalizarlos se multiplicó el total de la remuneración por las 5 trabajadoras del área del producción más la remuneración de la persona encargada del área de bodega y de esta manera obtener el costo total de la mano de obra. Se empleó el 3.38% de inflación en el año 2015 para efectuar las proyecciones.

Tabla N°. 57 Costo mano de obra proyectado					
Detalle	2016	2017	2018	2019	2020
Remuneración mensual	366,00	387,26	409,76	433,57	458,76
Décimo cuarto	366,00	387,26	409,76	433,57	458,76
Décimo tercero	366,00	387,26	409,76	433,57	458,76
Aporte patronal	44,47	47,05	49,79	52,68	55,74
Fondos de Reserva		32,26	34,13	36,12	38,21
Vacaciones	15,25	16,14	17,07	18,07	19,12
Total	31.102,31	33.102,91	35.026,19	37.061,21	39.214,47

Elaborado por: La Autora
Fuente: Investigación directa
Año: 2016

3. Costos indirectos de fabricación CIF

Los costos indirectos de fabricación son los insumos que se necesitan para que el ciclo de producción pueda completarse, además para elaborar los dibujos de los productos, se necesita los servicios de un diseñador, se le solicitará que realice los trabajos una vez por semana cancelando un valor de \$ 100,00; lo que de manera mensual significa \$ 400,00; esta tabla detalla los insumos y servicios indirectos con su valor anual.

Tabla N°. 58 Costos indirectos de fabricación

Descripción	Valor Mensual	Valor Anual
Triplex	5,00	60,00
Aditivos	8,00	96,00
Materiales de aseo	25,00	300,00
Servicios básicos	60,00	720,00
Mantenimiento máquinas	20,00	240,00
Diseño	400,00	4.800,00
TOTAL		6.216,00

Elaborado por: La Autora
Fuente: Investigación directa
Año: 2016

La proyección de los costos indirectos de fabricación fue calculada con la tasa de inflación establecida por el INEC para el 2015, la misma que es de 3.38%.

Tabla N°. 59 Costos indirectos de fabricación proyectados

Descripción	2016	2017	2018	2019	2020
Triplex	60,00	62,03	64,12	66,29	68,53
Aditivos	96,00	99,24	102,60	106,07	109,65
Materiales de aseo	300,00	310,14	320,62	331,46	342,66
Servicios básicos	720,00	744,34	769,49	795,50	822,39
Mantenimiento máquinas	240,00	248,11	256,50	265,17	274,13
Diseño	4.800,00	4.962,24	5.129,96	5.303,36	5.482,61
TOTAL	6.216,00	6.426,10	6.643,30	6.867,85	7.099,98

Elaborado por: La Autora
Fuente: Investigación directa
Año: 2016

4. Resumen de costos de producción proyectados

En esta tabla se puede observar el total de cada elemento del costo de producción proyectado, la información se la utilizará para determinar el precio de venta de los productos.

Tabla N°. 60 Resumen de costos de producción proyectados

Detalle	2016	2017	2018	2019	2020
Materia prima	19.979,00	20.654,29	21.352,41	22.074,12	22.820,22
Mano de obra	31.102,31	33.102,91	35.026,19	37.061,21	39.214,47
CIF	6.216,00	6.426,10	6.643,30	6.867,85	7.099,98
TOTAL	57.297,31	60.183,30	63.021,90	66.003,18	69.134,67

Elaborado por: La Autora
Fuente: Investigación directa
Año: 2016

5.2.2. Gastos administrativos.

Los gastos administrativos corresponden el pago de sueldos al gerente de la microempresa; este gasto se proyecta con la tasa de crecimiento salarial que se calculó anteriormente y representa el 5.81%

1. Gasto sueldo personal administrativo

Tabla N°. 61 Gasto sueldo personal administrativo proyectado

Detalle	2016	2017	2018	2019	2020
Gerente					
Remuneración mensual	800,00	846,48	895,66	947,70	1.002,76
Décimo cuarto	366,00	387,26	409,76	433,57	458,76
Décimo tercero	800,00	846,48	895,66	947,70	1.002,76
Aporte patronal	97,20	102,85	108,82	115,15	121,84
Fondos de Reserva		70,51	74,61	78,94	83,53
Vacaciones	33,33	35,27	37,32	39,49	41,78
TOTAL	10.896,53	11.600,13	12.274,10	12.987,23	13.741,78

Elaborado por: La Autora
Fuente: Investigación directa
Año: 2016

2. Gasto arriendo

El arriendo del área de la fábrica de la microempresa tiene un valor de \$ 100 mensuales, la tabla muestra los valores anuales proyectados que se calcularon aplicando el 3.38% de inflación que determinó el INEC para el 2015.

Tabla N°. 62 Gasto arriendo proyectado

Detalle	Valor mensual	2016	2017	2018	2019	2020
Arriendo microempresa	100,00	1.200,00	1.240,56	1.282,49	1.325,84	1.370,65
TOTAL	100,00	1.200,00	1.240,56	1.282,49	1.325,84	1.370,65

Elaborado por: La Autora
Fuente: Investigación directa
Año: 2016

3. Gasto útiles de oficina

Los útiles de oficina han sido clasificados en suministros y herramientas que van a ser utilizados por el personal administrativo en sus tareas diarias.

Tabla N°. 63 Gasto útiles de oficina

Detalle	Cantidad anual	Precio Unitario	Precio Total
Suministros			
Resmas de papel bond	5	3,50	17,50
Recarga de tinta	6	5,00	30,00
Archivadores plásticos	24	0,50	12,00
Caja de grapas	5	5,00	25,00
Esferos	12	1,00	12,00
Portaminas	4	3,00	12,00
Borradores	4	0,50	2,00
Cartuchos	6	50,00	300
Herramientas			
Teléfono	2	20,00	40,00
Grapadora	2	20,00	40,00
Perforadora	2	20,00	40,00
Calculadora	2	15,00	30,00
TOTAL			560,50

Elaborado por: La Autora
Fuente: Investigación directa
Año: 2016

Aquí se muestran las proyecciones de los útiles de oficina en los cinco años del proyecto, para el cálculo se utilizó la tasa de inflación 3.38%.

Tabla N°. 64 Gasto útiles de oficina proyectado

Detalle	2016	2017	2018	2019	2020
Suministros					
Resmas de papel bond	17,50	18,09	18,70	19,34	19,99
Recarga de tinta	30,00	31,01	32,06	33,15	34,27
Archivadores plásticos	12,00	12,41	12,82	13,26	13,71
Caja de grapas	25,00	25,85	26,72	27,62	28,56
Esferos	12,00	12,41	12,82	13,26	13,71
Portaminas	12,00	12,41	12,82	13,26	13,71
Borradores	2,00	2,07	2,14	2,21	2,28
Cartuchos	300,00	310,14	320,62	331,46	342,66
Herramientas					
Teléfono	40,00	41,35	42,75	44,19	45,69
Grapadora	40,00	41,35	42,75	44,19	45,69
Perforadora	40,00	41,35	42,75	44,19	45,69
Calculadora	30,00	31,01	32,06	33,15	34,27
TOTAL	560,50	579,44	599,03	619,28	640,21

Elaborado por: La Autora
Fuente: Investigación directa
Año: 2016

4. Gasto útiles de aseo

Estos útiles de aseo serán utilizados para cumplir con la limpieza de la fábrica en el lapso de un año.

Tabla N°. 65 Gasto útiles de aseo

Detalle	Cantidad anual	Precio Unitario	Precio Total
Escobas	4	7,00	28,00
Trapeadores	4	8,00	32,00
Desinfectantes de 5 lt	2	12,00	24,00
Recogedores	2	2,00	4,00
Baldes	3	2,00	6,00
Detergentes de 5kg	12	15,00	180,00
TOTAL			274,00

Elaborado por: La Autora

Fuente: Investigación directa

Año: 2016

La proyección de los gastos por útiles de aseo fue ejecutada empleando la tasa de inflación de 3.38 determinada para el 2015 por el INEC.

Tabla N°. 66 Gasto útiles de aseo proyectado

Detalle	2016	2017	2018	2019	2020
Escobas	28,00	28,95	29,92	30,94	31,98
Trapeadores	32,00	33,08	34,20	35,36	36,55
Desinfectantes de 5 lt	24,00	24,81	25,65	26,52	27,41
Recogedores	4,00	4,14	4,27	4,42	4,57
Baldes	6,00	6,20	6,41	6,63	6,85
Detergentes de 5kg	180,00	186,08	192,37	198,88	205,60
TOTAL	274,00	283,26	292,84	302,73	312,97

Elaborado por: La Autora

Fuente: Investigación directa

Año: 2016

5. Gasto servicios básicos

Esta tabla muestra el valor de los servicios básicos del área administrativa de manera mensual y anual.

Tabla N°. 67 Gasto servicios básicos

Detalle	Valor Mensual	Valor Anual
Agua	10	120
Luz	20	240
Teléfono	15	180
Internet	20	240
TOTAL		780

Elaborado por: La Autora
Fuente: Investigación directa
Año: 2016

Para proyectar el gasto por servicios básicos se aplicó la tasa de inflación determinada por el INEC para el año 2015, la misma que es de 3.38%

Tabla N°. 68 Gasto servicios básicos proyectado

Detalle	2016	2017	2018	2019	2020
Agua	120,00	124,06	128,25	132,58	137,07
Luz	240,00	248,11	256,50	265,17	274,13
Teléfono	180,00	186,08	192,37	198,88	205,60
Internet	240,00	248,11	256,50	265,17	274,13
TOTAL	780,00	806,36	833,62	861,80	890,92

Elaborado por: La Autora
Fuente: Investigación directa
Año: 2016

6. Gasto Servicios Profesionales – Contadora

La microempresa, al ser considerada de acuerdo a lo establecido por la Ley de Régimen tributario Interno, como Persona Natural No Obligada a llevar Contabilidad, no necesita de un/a contador/a que preste sus servicios a tiempo completo dentro de la misma; por esta razón únicamente se debe contratar estos servicios profesionales una vez por mes, cancelando un

monto de \$300,00 por las actividades que realice. Estos valores han sido proyectados utilizando la tasa de inflación del 2015, la misma que es de 3.38%.

Tabla N°. 69 Gasto Servicios Profesionales

Detalle	Valor mensual	2016	2017	2018	2019	2020
Servicios Profesionales	300,00	3.600,00	3.721,68	3.847,47	3.977,52	4.111,96
TOTAL		3.600,00	3.721,68	3.847,47	3.977,52	4.111,96

Elaborado por: La Autora
Fuente: Investigación directa
Año: 2016

7. Resumen gastos administrativos proyectados

Aquí se muestra la consolidación de todos los gastos administrativos con sus respectivas proyecciones; esta información será utilizada para cálculos posteriores.

Tabla N°. 70 Resumen gastos administrativos proyectados

Detalle	2016	2017	2018	2019	2020
Gasto sueldo	10.896,53	11.600,13	12.274,10	12.987,23	13.741,78
Gasto arriendo	1.200,00	1.240,56	1.282,49	1.325,84	1.370,65
Gasto útiles de oficina	560,50	579,44	599,03	619,28	640,21
Gasto útiles de aseo	274,00	283,26	292,84	302,73	312,97
Gasto servicios básicos	780,00	806,36	833,62	861,80	890,92
Gasto de constitución	300,00				
Gasto Serv. Prof.	3.600,00	3.721,68	3.847,47	3.977,52	4.111,96
TOTAL	17.611,03	18.231,44	19.129,55	20.074,39	21.068,49

Elaborado por: La Autora
Fuente: Investigación directa
Año: 2016

5.2.3. Gastos de ventas.

Debido a que el área de ventas no está ubicada dentro de la fábrica, se debe incurrir en otros gastos para su funcionamiento.

1. Gasto sueldo área de ventas

En el área de ventas se contará con los servicios de una persona que sea la encargada de atender a los clientes y de manejar las redes sociales de la microempresa, a través de las cuales se realizará la publicidad. La tabla muestra las proyecciones calculadas utilizando la tasa de inflación del 2015 que es de 3.38%.

Tabla N°. 71 Gasto sueldo área de ventas proyectado

Detalle	2016	2017	2018	2019	2020
Remuneración mensual	366,00	387,26	409,76	433,57	458,76
Décimo cuarto	366,00	387,26	409,76	433,57	458,76
Décimo tercero	366,00	387,26	409,76	433,57	458,76
Aporte patronal	44,47	47,05	49,79	52,68	55,74
Fondos de Reserva		32,26	34,13	36,12	38,21
Vacaciones	15,25	16,14	17,07	18,07	19,12
TOTAL	5.183,72	5.517,15	5.837,70	6.176,87	6.535,75

Elaborado por: La Autora
Fuente: Investigación directa
Año: 2016

2. Gasto publicidad

La publicidad se la realizará a través de las redes sociales y de spots publicitarios en la radio, el costo de la publicidad realizada en las redes sociales no tendrá un costo adicional, pues el valor está incluido en el pago por el servicio de internet; la publicidad en radio tiene un costo mensual de \$ 800,00 y el paquete de publicidad consta de 10 cuñas radiales diarias

de lunes a domingo con una duración de 30 segundos. Este gasto también se lo proyectó aplicando la tasa de inflación del 2015 que es de 3.38%.

Tabla N°. 72 Gasto publicidad proyectado

Detalle	Valor mensual	2016	2017	2018	2019	2020
Publicidad	800,00	9.600,00	9.924,48	10.259,93	10.606,71	10.965,22
TOTAL		9.600,00	9.924,48	10.259,93	10.606,71	10.965,22

Elaborado por: La Autora
Fuente: Investigación directa
Año: 2016

3. Gasto arriendo

El arriendo del local de ventas tiene un valor de \$ 350,00 mensuales por estar ubicado en el centro de la ciudad de Ibarra, cuenta con todos los servicios básicos. Las proyecciones de este gasto se calculó utilizando el 3.38% de inflación.

Tabla N°. 73 Gasto arriendo proyectado

Detalle	Valor mensual	2016	2017	2018	2019	2020
Local comercial	350,00	4.200,00	4.341,96	4.488,72	4.640,44	4.797,28
TOTAL		4.200,00	4.341,96	4.488,72	4.640,44	4.797,28

Elaborado por: La Autora
Fuente: Investigación directa
Año: 2016

4. Gasto transporte

Para transportar los productos elaborados desde la fábrica hasta el local de ventas se contratará los servicios de una compañía de transporte, el valor del servicio es de \$ 10 y se lo requerirá una vez a la semana. Se proyectó este gasto con la tasa de inflación del 3.38%.

Tabla N°. 74 Gasto transporte

Detalle	Valor mensual	2016	2017	2018	2019	2020
Gasto transporte 40		480	496,22	513,00	530,34	548,26
TOTAL		480,00	496,22	513,00	530,34	548,26

Elaborado por: La Autora
Fuente: Investigación directa
Año: 2016

5. Gasto servicios básicos

Aparte de cancelar el valor del arriendo del local de ventas, también se debe cancelar los valores por los servicios básicos para poder desarrollar las actividades con normalidad.

Tabla N°. 75 Gasto servicios básicos

Detalle	Valor Mensual	Valor Anual
Agua	5,00	60,00
Luz	10,00	120,00
Teléfono	10,00	120,00
Internet	20,00	240,00
TOTAL		540,00

Elaborado por: La Autora
Fuente: Investigación directa
Año: 2016

Los valores a cancelar por los servicios básicos del local de ventas se proyectaron empleando la tasa de inflación determinada para el año 2015 que es de 3.38%.

Tabla N°. 76 Gasto servicios básicos proyectados

Detalle	2016	2017	2018	2019	2020
Agua	60,00	62,03	64,12	66,29	68,53
Luz	120,00	124,06	128,25	132,58	137,07
Teléfono	120,00	124,06	128,25	132,58	137,07
Internet	240,00	248,11	256,50	265,17	274,13
TOTAL	540,00	558,25	577,12	596,63	616,79

Elaborado por: La Autora
Fuente: Investigación directa
Año: 2016

6. Resumen gastos de ventas proyectados

Esta tabla permite observar el resumen de todos los gastos de venta proyectados, estos valores servirán para posteriores operaciones.

Tabla N°. 77 Resumen gastos de ventas proyectados

Detalle	2016	2017	2018	2019	2020
Gasto sueldo vendedora	5.183,72	5.517,15	5.837,70	6.176,87	6.535,75
Gasto publicidad	9.600,00	9.924,48	10.259,93	10.606,71	10.965,22
Gasto arriendo	4.200,00	4.341,96	4.488,72	4.640,44	4.797,28
Gasto servicios básicos	540,00	558,25	577,12	596,63	616,79
TOTAL	19.523,72	20.341,84	21.163,47	22.020,65	22.915,04

Elaborado por: La Autora
Fuente: Investigación directa
Año: 2016

5.2.4. Gasto depreciación y amortización

1. Depreciación activos fijos

Todos los activos fijos pierden valor con el paso del tiempo, esta tabla detalla los activos fijos que posee la microempresa, su valor, porcentaje de depreciación, años de vida útil y el monto de la depreciación.

Tabla N°. 78 Depreciación activos fijos

Detalle	Valor	% depreciación	Años	Depreciación anual
Maquinaria y equipo	13.500,00	10%	10	1.350,00
Muebles y enseres	3.770,00	10%	10	377,00
Equipo de computación	1.800,00	33,33%	3	600,00
TOTAL	19.070,00			2.327,00

Elaborado por: La Autora
Fuente: Investigación directa
Año: 2016

La depreciación proyectada de los activos fijos consiste en sumar la depreciación de cada año hasta el año 5 y restarle de su valor real, hay ciertos activos que pierden por completo su valor como el caso del equipo de computación, esto se debe a que su vida útil es de 3 años.

Tabla N°. 79 Depreciación activos fijos proyectada

Detalle	2016	2017	2018	2019	2020	Valor residual
Maquinaria y equipo	1.350,00	1.350,00	1.350,00	1.350,00	1.350,00	6.750,00
Muebles y enseres	377,00	377,00	377,00	377,00	377,00	1.885,00
Equipo de computación	600,00	600,00	600,00			0,00
TOTAL	2.327,00	2.327,00	2.327,00	1.727,00	1.727,00	8.635,00

Elaborado por: La Autora
Fuente: Investigación directa
Año: 2016

2. Amortización activos diferidos

Se ha determinado como activo diferido al rubro de diseño y readecuación del local, el valor de este gasto se ha amortizado para los cinco años que dura el proyecto al 20%.

Tabla N°. 80 Amortización activos diferidos

Detalle	Valor	% de amort.	2016	2017	2018	2019	2020
Diseño y readecuación	1.000,00	20%	200,00	200,00	200,00	200,00	200,00
TOTAL			200,00	200,00	200,00	200,00	200,00

Elaborado por: La Autora
Fuente: Investigación directa
Año: 2016

5.2.5. Gastos financieros.

Los gastos financieros son los intereses que se debe pagar a la entidad bancaria por el préstamo que se realiza para financiar el proyecto, en este caso representa el 45% de la inversión total; se ha realizado un microcrédito de \$ 20.000 en el Banco Nacional de Fomento a una tasa del 11% con plazo de 5 años, este préstamo sirve para financiar los activos fijos y

el capital de trabajo. A continuación se muestra la tabla de amortización del préstamo que detalla el interés y la cuota que se debe cancelar anualmente.

Tabla N°. 81 Tabla de amortización del préstamo

Periodos	Capital Inicial	Interés	Amortización	Cuota	Capital Final
0					20.000,00
1	20.000,00	2.200,00	3.211,41	5.411,41	16.788,59
2	16.788,59	1.846,75	3.564,66	5.411,41	13.223,93
3	13.223,93	1.454,63	3.956,77	5.411,41	9.267,16
4	9.267,16	1.019,39	4.392,02	5.411,41	4.875,14
5	4.875,14	536,27	4.875,14	5.411,41	0,00

Elaborado por: La Autora
Fuente: Investigación directa
Año: 2016

Se considera gastos financieros a los intereses que se debe cancelar por el préstamo obtenido en la entidad financiera, estos valores se utilizan posteriormente para realizar el Estado de Resultados.

Tabla N°. 82 Gastos financieros

Detalle	2016	2017	2018	2019	2020
Gasto interés	2.200,00	1.846,75	1.454,63	1.019,39	536,27
TOTAL	2.200,00	1.846,75	1.454,63	1.019,39	536,27

Elaborado por: La Autora
Fuente: Investigación directa
Año: 2016

5.2.6. Resumen de egresos proyectados.

La elaboración de este resumen de egresos permitirá elaborar de manera más rápida el Estado de Resultados y determinar la utilidad o pérdida del ejercicio.

Tabla N°. 83 Resumen de egresos proyectados

Detalle	2016	2017	2018	2019	2020
Costos de producción	57.297,31	60.183,30	63.021,90	66.003,18	69.134,67
Gastos Administrativos	17.611,03	18.231,44	19.129,55	20.074,39	21.068,49
Gastos de Ventas	19.523,72	20.341,84	21.163,47	22.020,65	22.915,04
Gastos Financieros	2.200,00	1.846,75	1.454,63	1.019,39	536,27
Gasto Depreciación	2.327,00	2.327,00	2.327,00	1.727,00	1.727,00
Amortización G. Diferidos	200,00	200,00	200,00	200,00	200,00
TOTAL	98.959,07	102.930,34	107.096,55	110.844,60	115.381,47

Elaborado por: La Autora
Fuente: Investigación directa
Año: 2016

5.3. Balances

5.3.1. Estado de situación financiera.

Tabla N°. 84 Estado de situación financiera

PINTUARTE			
ESTADO DE SITUACIÓN FINANCIERA			
ACTIVOS DE LIBRE DISPONIBILIDAD		OBLIGACIONES	
Capital de trabajo	23.608,02	Obligaciones de largo plazo	20.000,00
PROPIEDAD DEL PROYECTO			
ACTIVOS FIJOS			
Maquinaria y equipo	13.500,00	TOTAL OBLIGACIONES	20.000,00
Muebles y enseres	3.770,00		
Equipo de Computación	1.800,00		
Herramientas	425,00	PATRIMONIO	
		Inversión propia	24.103,02
ACTIVOS DIFERIDOS		TOTAL PATRIMONIO	24.103,02
Diseño del local	1.000,00		
TOTAL ACTIVOS	44.103,02	TOTAL OBLIGACIONES + PATRIMONIO	44.103,02

Elaborado por: La Autora
Fuente: Investigación directa
Año: 2016

El Estado de Situación Financiera refleja el escenario inicial en el que va a desenvolverse la microempresa, muestra los bienes y el patrimonio que posee y los compromisos que debe cumplir.

5.3.2. Estado de resultados integral proyectado.

Tabla N°. 85 Estado de resultados integral

PINTUARTE					
ESTADO DE RESULTADOS INTEGRAL PROYECTADO					
Descripción	2016	2017	2018	2019	2020
Ventas Netas	120.828,00	129.868,00	139.332,00	142.135,00	150.327,00
(-) Costos de producción	57.297,31	60.183,30	63.021,90	66.003,18	69.134,67
UTILIDAD BRUTA	63.530,69	69.684,70	76.310,10	76.131,82	81.192,33
(-) Gastos Administrativos	17.611,03	18.231,44	19.129,55	20.074,39	21.068,49
(-) Gastos Ventas	19.523,72	20.341,84	21.163,47	22.020,65	22.915,04
(-) Depreciación	2.327,00	2.327,00	2.327,00	1.727,00	1.727,00
(-) Gastos Financieros	2.200,00	1.846,75	1.454,63	1.019,39	536,27
UTILIDAD ANTES 15% P.T.	21.868,93	26.937,66	32.235,45	31.290,40	34.945,53
(-) 15% Participación trabajadores	3280,34	4040,65	4835,32	4693,56	5241,83
UTILIDAD ANTES IR	18.588,59	22.897,01	27.400,13	26.596,84	29.703,70
(-) Fracción básica	17.800	21.370	21.370	21.370	21.370
(=) FRACCIÓN EXCEDENTE	788,59	1.527,01	6.030,13	5.226,84	8.333,70
(*) Impuesto fracción excedente	12%	15%	15%	15%	15%
(=) IMPUESTO CAUSADO	94,63	229,05	904,52	784,03	1250,05
(+) Impuesto a la fracción básica	509	938	938	938	938
(=) IR A PAGAR	603,63	1167,05	1842,52	1722,03	2188,05
UTILIDAD NETA DEL					
EJERCICIO	17.984,96	21.729,96	25.557,61	24.874,81	27.515,64

Elaborado por: La Autora
Fuente: Investigación directa
Año: 2016

En el Estado de Resultados se puede conocer la utilidad que genera la microempresa luego de haber cumplido con las obligaciones tributarias, al ser denominada Persona Natural No Obligada a Llevar Contabilidad, el pago del Impuesto a la Renta debe hacerlo de acuerdo a

los porcentajes establecidos en la tabla definida por el Servicio de Rentas Internas para el año 2016 (Anexo 3).

5.3.3. Flujo de caja proyectado.

FLUJO DE CAJA PROYECTADO

Tabla N°. 86 Flujo de caja proyectado

PINTUARTE						
FLUJO DE CAJA PROYECTADO						
Descripción	Año 0	2016	2017	2018	2019	2020
Inversión	-44.103,02					
Utilidad Neta del Ejercicio		17.984,96	21.729,96	25.557,61	24.874,81	27.515,64
(+) Depreciaciones		2.327,00	2.327,00	2.327,00	1.727,00	1.727,00
(-) Pago Capital		3.211,41	3.564,66	3.956,77	4.392,02	4.875,14
(+) Valor de Salvamento						8.635,00
(+) Recup. capital de trabajo						23.608,02
FLUJO NETO	-44.103,02	17.100,56	20.492,30	23.927,84	22.209,79	56.610,52

Elaborado por: La Autora
Fuente: Investigación directa
Año: 2016

El Flujo de Caja muestra, de manera acumulada, las entradas y salidas de dinero que tiene el proyecto durante los cinco años, a través de él se puede conocer la liquidez que tiene la microempresa y sirven para calcular el VAN y la TIR.

5.3.4. Estado de Producción y Ventas

Tabla N°. 87 Estado de Producción y Ventas

PINTUARTE					
ESTADO DE PRODUCCIÓN Y VENTAS					
Descripción	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Inventario Inicial	-	-	-	-	-
Compras MPD	19.979,00	20.654,29	21.352,41	22.074,12	22.820,22
Inventario Final	-	-	-	-	-
MP UTILIZADA	19.979,00	20.654,29	21.352,41	22.074,12	22.820,22
MOD	31.102,31	33.102,91	35.026,19	37.061,21	39.214,47
CIF	6.216,00	6.426,10	6.643,30	6.867,85	7.099,98
(=) COSTOS DE PRODUCCIÓN	57.297,31	60.183,30	63.021,90	66.003,18	69.134,67
(+) Inventario inicial productos en proceso	-	-	-	-	-
(-) Inventario final productos en proceso					
(=) COSTOS DE PRODUCTOS					
TERMINADOS	57.297,31	60.183,30	63.021,90	66.003,18	69.134,67
(+) Inventario inicial productos terminados	-	-	-	-	-
(-) Inventario final productos terminados					
(=) COSTO DE VENTAS	57.297,31	60.183,30	63.021,90	66.003,18	69.134,67

Elaborado por: La Autora
Fuente: Investigación directa
Año: 2016

Este estado se relaciona con el Estado de Resultados, pues muestra el costo de producción de cada período que sirve para determinar la utilidad bruta del ejercicio.

5.4. Evaluación financiera

5.4.1. Costo de oportunidad.

Tabla N°. 88 Costo de oportunidad				
Descripción	Valor	%	Tasa	Valor ponderado
Inversión propia	24.103,02	55%	5,62	3,07
Inversión financiada	20.000,00	45%	11,20	5,08
TOTAL	44.103,02	100%		8,15

Elaborado por: La Autora
Fuente: Investigación directa
Año: 2016

El costo de oportunidad es el valor que se descarta por tomar la opción de invertir el dinero en un proyecto, en este caso se descartó invertir el dinero en una entidad financiera y hacerlo en un proyecto económico pues en este se obtiene mayor rentabilidad.

5.4.2. Tasa de rendimiento medio.

$$TRM = (1 + CK) * (1 + IF) - 1$$

Dónde:

CK = Costo de capital o de oportunidad

IF = Inflación 2015; 3,38%

Entonces:

$$TRM = (1 + 0.0815) * (1 + 0.0338) - 1$$

$$TRM = 0.1181$$

$$TRM = 11.81\%$$

La Tasa de Rendimiento Medio toma en cuenta el Costo de Oportunidad y la Tasa de Inflación, este porcentaje sirve para calcular el VAN y la TIR.

5.4.3. Valor actual neto (VAN).

Este indicador muestra el monto de los beneficios netos futuros que se obtendrá en el proyecto si se realiza la inversión. Para su cálculo se debe actualizar los flujos del proyecto utilizando la Tasa de Rendimiento Medio y restar el monto de la inversión.

Tasa inferior: 11.81%

Tabla N°. 89 VAN inferior

Descripción	Año 0	2016	2017	2018	2019	2020
Flujos Netos	-44.103,02	17.100,56	20.492,30	23.927,84	22.209,79	56.610,52
Flujos Actualizados		15.294,30	16.391,90	17.118,34	14.210,91	32.396,19
Período		1	2	3	4	5

Elaborado por: La Autora
Fuente: Investigación directa
Año: 2016

VAN INFERIOR = \$ 22.566,53

Tasa superior: 19,99%

Tabla N°. 90 VAN superior

Descripción	Año 0	2016	2017	2018	2019	2020
Flujos Netos	-44.103,02	17.100,56	20.492,30	23.927,84	22.209,79	56.610,52
Flujos Actualizados		14.250,46	14.230,76	13.847,13	10.710,74	22.750,50
Período		1	2	3	4	5

Elaborado por: La Autora
Fuente: Investigación directa
Año: 2016

VAN SUPERIOR = \$ -3,22

El proyecto es factible debido a que el VAN, empleando la Tasa de Rendimiento Medio, dio como resultado un valor positivo, esto indica que una vez recuperada la inversión inicial se generará una utilidad de \$ 22.566,53 lo cual quiere decir que el proyecto es viable.

5.4.4. Tasa interna de retorno (TIR).

La Tasa Interna de Retorno muestra el porcentaje que al aplicarlo en el cálculo del VAN da como resultado cero, este indicador muestra que el proyecto es aceptable cuando la tasa obtenida es superior al porcentaje del Costo de Oportunidad.

$$TIR = Ti + (Ts - Ti) \frac{VAN_{Ti}}{VAN_{Ti} - VAN_{Ts}}$$

Tabla N°. 91 Tasa Interna de Retorno TIR

Tasa inferior	11,81%
Tasa superior	19,99%
Van Inferior	22.566,53
Van superior	-3,22
TIR	0,1999
TIR	19,99%

Elaborado por: La Autora
Fuente: Investigación directa
Año: 2016

El cálculo de la Tasa Interna de Retorno demuestra que el proyecto tiene rentabilidad con una tasa del 19,99%, este porcentaje es superior al Costo de Oportunidad por lo que se determina que este proyecto es factible.

5.4.5. Período de recuperación de la inversión.

Este indicador permite conocer el tiempo en el que se recuperará la inversión que se va a realizar en el proyecto utilizando flujos actualizados, el proyecto será aceptable cuando más rápido se recupere su inversión.

Tabla N°. 92 Período de recuperación de la inversión

Descripción	2016	2017	2018	2019	2020
Flujos Netos	17.100,56	20.492,30	23.927,84	22.209,79	56.610,52
Valor Actual	15.294,30	16.391,90	17.118,34	14.210,91	32.396,19
RECUPERACIÓN	15.294,30	31.686,20	48.804,54	63.015,45	95.411,64

Elaborado por: La Autora
Fuente: Investigación directa
Año: 2016

Inversión: \$ 44.103,02

Hasta el año 2017 se recupera \$ 31.686,20 y para completar el valor de la inversión falta \$ 12.416,81 lo cual se resta del año 2018; la parte proporcional del tiempo en el que se recupera ese monto es de 0,76 y transformándolo a meses y días se establece que la inversión se recupera en:

PRI = 2 años, 9 meses y 3 días.

5.4.6. Punto de equilibrio.

El punto de equilibrio determina cuantas unidades se deben vender para recuperar la inversión inicial del proyecto. Si en el período calculado existen más ventas de las consideradas en el punto de equilibrio, significa que se va a generar utilidad. Para calcular el punto de equilibrio se debe tomar los valores de la inversión fija, costo fijo y margen de

contribución. El margen de contribución se obtiene restando el precio de venta menos el costo de venta.

Tabla N°. 93 Punto de equilibrio	
Descripción	Valores
Inversión Fija	19.495
Costo Fijo	41.662
Margen de Contribución	11
Elaborado por: La Autora	
Fuente: Investigación directa	
Año: 2016	

$$\text{Punto de equilibrio} = \frac{\text{Inversión fija} + \text{Costo fijo}}{\text{Margen de contribución}}$$

$$\text{Punto de equilibrio} = \frac{19.495 + 41.662}{11}$$

Punto de equilibrio = 5.560 unidades.

Al aplicar este análisis en el proyecto, se determina que la microempresa debe vender 5.560 unidades para recuperar su inversión inicial, esta cantidad de ventas la realiza en el primer año.

5.4.7. Beneficio Costo.

Este indicador compara el costo que tiene la inversión y la rentabilidad que se obtendrá de la misma. Para calcularlo se utiliza los ingresos y egresos actualizados mediante la Tasa de Rendimiento Medio que es de 11.81%

Tabla N°. 94 Beneficio Costo

Año	Ingresos	Ingresos actualizados	Egresos	Egresos actualizados
1	120.828,00	108.065,47	57.297,31	51.245,25
2	129.868,00	103.882,13	60.183,30	60.183,30
3	139.332,00	99.680,21	63.021,90	63.021,90
4	142.135,00	90.944,92	66.003,18	66.003,18
5	150.327,00	86.026,80	69.134,67	69.134,67
TOTAL		488.599,52		309.588,30

Elaborado por: La Autora
Fuente: Investigación directa
Año: 2016

$$B/C = \frac{\text{Ingresos actualizados}}{\text{Egresos actualizados}}$$

$$B/C = 1,58$$

Luego de haber efectuado los cálculos se conoce que el Beneficio Costo es de 1,58, lo que significa que por cada dólar que gasta la microempresa, tiene un ingreso de \$ 1,58, esto indica que si existe utilidad.

5.4.8. Tasa de rendimiento beneficio costo.

La Tasa de Rendimiento Beneficio Costo expresa la rentabilidad que produce cada dólar que la microempresa ha invertido, para su cálculo se debe dividir los ingresos actualizados con la Tasa de Rendimiento Medio para el monto de la inversión inicial del proyecto.

$$TRBC = \frac{\text{Flujos netos actualizados}}{\text{Inversión inicial}}$$

$$TRBC = \frac{75.789,60}{44.103,02}$$

$$\text{TRBC} = 1,72$$

Este resultado muestra que por cada dólar que el proyecto invierta, recibe como ganancia \$ 0,72.

5.4.9. Resumen de la evaluación financiera.

Tabla N°. 95 Resumen de la evaluación financiera

Evaluable	Valor	Vialidad
VAN	\$ 22.566,53	(+)
TIR	19,99%	(+)
PRI	2 años, 9 meses, 3 días	(+)
P.E. Unid	5.560 unidades	(+)
B/C	\$ 1,58	(+)
TRBC	\$ 1,72	(+)

Elaborado por: La Autora
Fuente: Investigación directa
Año: 2016

Los resultados de la evaluación financiera determinan que el proyecto es factible.

CAPÍTULO VI

6. ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL

6.1. Nombre de la microempresa

El nombre que se eligió para la microempresa es PINTUARTE, debido a que son productos decorados con pintura y la pintura es considerada como un arte; por la fusión de lo antes mencionado nace el nombre para la microempresa. A continuación se muestra el logotipo con su respectivo eslogan:

Gráfico N°. 32 Logotipo de la microempresa



Elaborado por: La Autora
Año: 2016

6.2. Base legal de la microempresa

6.2.1. Tipo de microempresa.

Según la Dirección de Microempresas y Artesanías del MICIP, Ministerio de Industrias, Comercio, Integración, Pesca y Competitividad, las actividades que desarrollan las microempresas pueden ser de los siguientes tipos:

- ✓ Producción
- ✓ Comercio
- ✓ Servicios

Esta microempresa desarrolla actividades de producción y de comercio, puesto que transforma la materia prima para convertirla en productos terminados y posteriormente los comercializa a los clientes.

La microempresa estará registrada en el Servicio de Rentas Internas como Persona Natural No Obligated a llevar Contabilidad, por lo tanto, para cumplir con las obligaciones tributarias debe regirse a lo que establece la Ley Orgánica de Régimen Tributario Interno para este tipo de contribuyentes.

6.2.2. Requisitos legales.

Para que la microempresa **PINTUARTE** pueda desarrollar sus actividades con normalidad y cumpliendo con lo que establece la Ley, es necesario que cumpla con ciertos requisitos que son de mucha importancia, los mismos que se detalla a continuación:

1. Registro Único de Contribuyentes (RUC):

El Servicio de Rentas Internas de un plazo máximo para registrarse de 30 días a partir de la constitución de la microempresa o desde la iniciación de las actividades económicas. Los requisitos para obtener el RUC son los siguientes:

- ✓ Original y copia de la cédula de identidad del representante legal de la microempresa.
- ✓ Original y copia de la papeleta de votación.
- ✓ Original y copia de una planilla de servicios básicos.
- ✓ Llenar el formulario.

2. Patente municipal:

Para obtener este documento, el Ilustre Municipio de Ibarra entrega un comprobante correspondiente a la cancelación anual del impuesto que se grava a todas las personas, ya sea natural o jurídica, los requisitos para obtenerlo son:

- ✓ Original y copia del RUC
- ✓ Copia de la cédula de identidad y del certificado de votación
- ✓ Llenar el formulario de solicitud de la patente
- ✓ Recibo del último pago del impuesto predial

3. Permiso de funcionamiento:

Para obtener el permiso de funcionamiento se requiere lo siguiente:

- ✓ Formulario de solicitud (no tiene costo) llenado y suscrito por el propietario
- ✓ Copia del RUC
- ✓ Copia de la cédula de identidad del propietario o representante legal del establecimiento
- ✓ Documentos que acrediten la personería jurídica cuando corresponda.
- ✓ Copia del título del profesional de la salud responsable técnico del establecimiento, debidamente registrado en el Ministerio de Salud Pública, para el caso de establecimientos que de conformidad con los reglamentos específicos así lo señalen.
- ✓ Plano del establecimiento a escala 1:50.
- ✓ Croquis de ubicación del establecimiento.
- ✓ Permiso otorgado por el Cuerpo de Bomberos.
- ✓ Copia del o los certificados ocupacionales de salud del personal que labora en el establecimiento, conferido por un Centro de Salud del Ministerio de Salud Pública.

6.3. Base filosófica

6.3.1. Misión.

PINTUARTE es una microempresa legalmente constituida que se dedica a producir y comercializar artículos decorativos aplicando la técnica de pintura en tela, deseando satisfacer los gustos más exigentes de quienes buscan productos innovadores y de calidad.

6.3.2. Visión.

Para el 2020 PINTUARTE se propone ser una microempresa reconocida por entregar a sus clientes productos de calidad con una excelente atención, logrando así captar el mercado tanto local como nacional, lo que le permitirá ser la microempresa líder en elaborar y comercializar artículos decorados a base de pintura sobre tela.

6.3.3. Principios.

✓ Trabajo en equipo

Al unir las ideas y el esfuerzo de todos quienes conforman la microempresa los objetivos propuestos se cumplirán con más prontitud y de la mejor manera, es importante colaborar entre los compañeros de trabajo de manera cordial, amable y con respeto para crear un excelente ambiente laboral.

✓ Liderazgo

El principal objetivo propuesto es ser una microempresa líder en el mercado local, para cumplir esto es necesario que exista una persona que sepa dirigir y cooperar dentro del equipo de trabajo y de esta manera alcanzar las metas establecidas.

✓ Calidad

Es importante que exista calidad tanto en los productos que se entrega a los clientes como en la atención que se les brinda a los mismos, esto hará que se sientan satisfechos por lo que adquirieron y por la manera que fueron atendidos; esta también es una estrategia de marketing.

✓ Compromiso

Todos quienes trabajan en la microempresa deben sentirse verdaderamente parte de ella y también deben saber que con el compromiso de todos, los resultados se plasmarán de mejor manera.

6.3.4. Valores.**✓ Honestidad**

Lo más importante que debe existir tanto el ambiente interno como externo de la microempresa es la honestidad, pues es la base para establecer las relaciones laborales entre los compañeros de trabajo y las relaciones comerciales con los clientes.

✓ Puntualidad

Un aspecto que se debe tener siempre presente es la puntualidad, es necesario respetar el horario de trabajo y el momento establecido para entregar los productos a los clientes, no es bueno quedar mal ante ellos.

✓ **Respeto**

Nunca se debe faltar al respeto a ninguna persona, por eso este valor siempre debe permanecer en la microempresa, el respeto estará presente entre los empleados y hacia los clientes.

✓ **Responsabilidad**

Ser responsable implica asumir la acción u omisión de algún acto, por este motivo todos los trabajadores deberán ser muy responsables al momento de realizar sus labores establecidas.

6.3.5. Políticas.

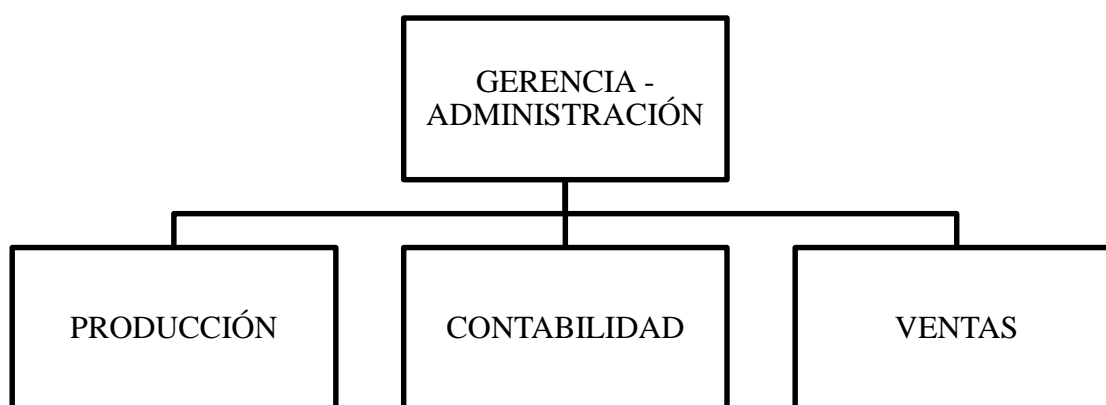
Las políticas de PINTUARTE se describen a continuación:

- ✓ Los trabajos realizados deben superar siempre a las expectativas que tenga el cliente para que sienta que su necesidad fue más que satisfecha.
- ✓ Brindar capacitaciones continuas a las empleadas con el fin de actualizarse en el desarrollo de sus actividades laborales.
- ✓ Generar una excelente imagen de la microempresa principalmente a través de la buena atención hacia los clientes.
- ✓ Mantener a la puntualidad como algo esencial dentro del ámbito laboral y al momento de entregar los productos a los clientes.
- ✓ Debe existir una buena comunicación entre todos quienes conforman la empresa para que no existan inconvenientes de ningún tipo.
- ✓ Buena presentación tanto en las instalaciones como en el personal.
- ✓ No olvidar que el cliente siempre tiene la razón, pues es quien hace que el negocio permanezca y crezca.

6.4. Estructura organizacional

Una vez que se ha definido la misión, visión, principios, valores y políticas de la microempresa, es importante diseñar la estructura organizacional de la misma para poder cumplir con la base filosófica.

Gráfico N°. 33 Estructura organizacional



Elaborado por: La Autora
Año: 2016

6.4.1. Niveles estructurales.

Como se muestra en el gráfico de la estructura organizacional, la microempresa PINTUARTE dedicada a producir y comercializar artículos decorativos a base de pintura sobre tela cuenta con 3 niveles jerárquicos que son:

✓ Nivel ejecutivo:

Este es el nivel de mayor jerarquía en la microempresa, dentro de él se encuentra el Gerente - Administrador que es el encargado de planear, organizar, dirigir y controlar todas las actividades que se realicen dentro y fuera de la organización, con los empleados y los proveedores.

✓ Nivel de apoyo:

El nivel de apoyo está constituido por el Contador de la microempresa, quien es la persona encargada de administrar la información contable de las actividades que se realicen, la misma que debe ser entregada de manera oportuna a las entidades facultadas de controlar las actividades económicas del país; se requerirá los servicios profesionales de un contador una vez por mes para realizar las actividades que corresponden a la entrega de información al Servicio de Rentas Internas.

✓ Nivel operativo:

Dentro de este nivel se encuentran las trabajadoras que desarrollan las actividades en el área de producción quienes son las encargadas de elaborar productos de calidad; la persona responsable de la bodega y la vendedora que estará a cargo del local comercial brindando una excelente atención a los clientes.

6.5. Estructura funcional

A continuación se detallan la descripción, funciones, perfil, competencias y requisitos de los puestos solicitados en las diferentes áreas de la microempresa:

➤ Gerente - Administrador:**Descripción del puesto:**

Debe tener espíritu y visión de líder para que junto a su equipo de trabajo sepa llevar a la microempresa al éxito; debe ser responsable y honesto en todas las acciones que realice día a día.

Funciones:

- ✓ Planeación, organización, dirección y control de las actividades que se desarrollen en la microempresa.
- ✓ Conocer todas las instalaciones de la microempresa y la manera de elaborar los productos para su posterior comercialización.
- ✓ Tener la capacidad de solucionar cualquier inconveniente que se presente en la organización, ya sea en el ciclo productivo o con los trabajadores.
- ✓ Emitir documentos que autoricen la compra de materia prima, insumos o cualquier bien que necesite la microempresa para poder desarrollar sus actividades.
- ✓ Autorizar el traslado de los productos elaborados hacia el local de ventas.
- ✓ Administrar la microempresa.

Perfil:

- ✓ Integridad ética y moral
- ✓ Espíritu emprendedor
- ✓ Habilidades cognitivas
- ✓ Ser competitivo

Competencias:

- ✓ Liderazgo y trabajo en equipo
- ✓ Responsabilidad y compromiso
- ✓ Pensamiento estratégico
- ✓ Comunicación
- ✓ Actitud positiva

Requisitos:

- ✓ Edad entre 25 y 40 años
- ✓ Profesional en Administración de Empresas o Contabilidad
- ✓ Experiencia mínima de 2 años en cargos similares

➤ Contador:**Funciones:**

- ✓ Preparar y presentar los informes financieros mensuales de la organización, los mismos que deben ser elaborados de manera clara y oportuna.
- ✓ Cumplir con las obligaciones tributarias de acuerdo a lo establecido por la Ley.
- ✓ Brindar asesoría al Gerente en los temas que sea necesario para beneficio de la microempresa.
- ✓ Mantener en reserva la información financiera que se genera dentro de la organización.
- ✓ Comunicarse con los proveedores para cotizar materias primas e insumos.

➤ Trabajadoras del área de producción:**Descripción del puesto:**

Son las personas encargadas de plasmar en los manteles, cojines y camisetas los diseños decorativos, mostrando sus habilidades y creatividad, con el fin de entregar los clientes productos de calidad.

Funciones:

- ✓ Seleccionar los diseños que serán pintados en los diferentes productos.

- ✓ Cumplir con las actividades previas que necesita la materia prima para luego ser decorada con los distintos diseños.
- ✓ Pintar los diseños elegidos en los diferentes productos.
- ✓ Realizar los terminados a toda la producción para luego ser enviada al área de ventas.

Perfil:

- ✓ Ser creativa e innovadora
- ✓ Habilidades y destrezas para realizar actividades manuales
- ✓ Tener espíritu emprendedor y ganas de trabajar

Competencias:

- ✓ Responsabilidad y honestidad
- ✓ Compromiso y ética en su trabajo
- ✓ Comunicación
- ✓ Entusiasmo y creatividad

Requisitos:

Los requisitos para ocupar este puesto son únicamente que sean mujeres capaces y decididas, con ganas de salir adelante y aprender la técnica de pintura sobre tela para poder generar la producción.

➤ **Bodeguero:**

Descripción del puesto:

Es la persona responsable de controlar los ingresos y salidas de materias primas en la bodega de la microempresa y de igual manera, garantizar el almacenamiento de los productos elaborados.

Funciones:

- ✓ Recibir la materia prima e insumos de los proveedores, constatando que cumpla con los requerimientos establecidos para su adquisición.
- ✓ Entregar los materiales que el área de producción necesita para la elaboración de los productos.
- ✓ Mantener en perfectas condiciones los productos elaborados para posteriormente ser enviados al local comercial.
- ✓ Conservar el orden y aseo de la bodega.

Perfil:

- ✓ Ser creativa e innovadora
- ✓ Habilidades y destrezas para realizar actividades manuales
- ✓ Tener espíritu emprendedor y ganas de trabajar

Competencias:

- ✓ Responsabilidad y honestidad
- ✓ Compromiso y ética en su trabajo
- ✓ Comunicación

Requisitos:

- ✓ Mínimo tener título de bachiller
- ✓ Tener entre 18 y 35 años

➤ Vendedora:**Descripción del puesto:**

Es la persona responsable de interactuar con los clientes, a quienes debe brindar una excelente atención, debe ser cordial, respetuosa y siempre con una actitud positiva, de esta manera se puede lograr la lealtad de los clientes con la microempresa.

Funciones:

- ✓ Administrar el área de ventas.
- ✓ Poner en conocimiento de los clientes los productos que están a su disposición.
- ✓ Aceptar las sugerencias, inquietudes y reclamos por parte de los clientes para luego comunicar a sus superiores.
- ✓ Mantener una buena actitud al momento de interactuar con los clientes.
- ✓ Manejar las redes sociales de la empresa.

Perfil:

- ✓ Actitud positiva
- ✓ Capacidad de interrelacionarse con los demás
- ✓ Capacidad de convencimiento
- ✓ Ser paciente y amable

Competencias:

- ✓ Compromiso y responsabilidad
- ✓ Puntualidad
- ✓ Buen carácter
- ✓ Facilidad de comunicación

Requisitos:

- ✓ Edad entre 20 y 25 años
- ✓ Sexo femenino
- ✓ Experiencia mínima de 1 año en atención al cliente

6.6. Control Interno

Es importante establecer parámetros de control en todas las áreas de la microempresa, por esta razón se aplicará las siguientes actividades:

- ✓ Llevar un registro de la entrada y salida del personal
- ✓ Registrar las entradas y salidas de materia prima e insumos
- ✓ Asignar un responsable sobre el manejo, uso y almacenamiento de la materia prima e insumos.
- ✓ Registrar la cantidad diaria de productos enviados al área de ventas
- ✓ Verificar que todas las áreas prevalezca el orden y la limpieza
- ✓ Llevar un registro razonable y cronológico de los hechos económicos
- ✓ Archivar de manera ordenada todos los documentos que ingresen y salgan de la microempresa.
- ✓ Constatar que las obligaciones con terceros sean canceladas dentro de los primeros 10 días del mes.

CAPÍTULO VII

7. IMPACTOS

7.1. Análisis de impactos

A través de un análisis de impactos se puede conocer los aspectos positivos y negativos que genera un proyecto tras su ejecución. Para analizar los impactos que esta microempresa generará se aplica una matriz que califica de manera cuantitativa y cualitativa a los efectos tanto positivos como negativos. A continuación se muestra la matriz con la escala de valores para calificar a cada impacto.

Tabla N°. 96 Matriz de valoración de impactos

Indicador	Negativo	Negativo	Negativo	No hay	Positivo	Positivo	Positivo
	Alto	Medio	Bajo	impacto	Bajo	Medio	Alto
Puntaje	-3	-2	-1	0	1	2	3

Elaborado por: La Autora
Año: 2016

Con esta matriz se valoran los indicadores, se suma todos los niveles y se divide para el total de indicadores existentes en cada impacto y así se obtiene el nivel que produce cada uno de ellos. Aquí se muestra la fórmula para realizar este proceso.

$$\text{Impacto} = \frac{\sum \text{valoración de indicadores}}{\text{Total de indicadores}}$$

7.2. Impacto social

Tabla N°. 97 Impacto social

	Impacto Social	-3	-2	-1	0	1	2	3
Indicadores								
Generación de empleo							X	
Calidad de vida							X	
Participación social						X		
Rentabilidad social						X		
TOTAL						2	4	

Elaborado por: La Autora
Año: 2016

$$I. Social = \frac{6}{4}$$

$$I. Social = 1.5 = \text{Positivo Medio}$$

De acuerdo al análisis del aspecto social, se determina que tiene un impacto positivo medio, debido a que a través de la implementación de la microempresa se van a generar fuentes de trabajo para quienes deseen formar parte de esta organización y por ende se contribuye a mejorar la calidad de vida de los colaboradores; se menciona que existirá participación social puesto que los clientes pueden pedir diseños personalizados de los productos y habrá rentabilidad social pues a través de las obligaciones tributarias y municipales la sociedad se beneficiará. La generación de este impacto ayuda al cumplimiento de los objetivos 3) Mejorar la calidad de vida de la población; 9) Garantizar el trabajo digno en todas sus formas, que forman parte del Plan Nacional del Buen Vivir.

7.3. Impacto económico

Tabla N°. 98 Impacto económico

	Impacto Económico	-3	-2	-1	0	1	2	3
Indicadores								
Generación de ingresos							X	
Rentabilidad						X		
Estabilidad económica							X	
Efecto multiplicador							X	
TOTAL						1	6	

Elaborado por: La Autora
Año: 2016

$$I. Económico = \frac{7}{4}$$

$$I. Económico = 1.75 = \text{Positivo Medio}$$

El resultado obtenido muestra que el impacto económico generado mediante la implementación de la microempresa es positivo medio, esto se debe a que a través de las actividades productivas y comerciales se van a generar ingresos tanto para la organización como para los empleados por el trabajo realizado, así existirá rentabilidad lo que permite que se cancele a los trabajadores su remuneración correspondiente y beneficios de ley dentro del plazo establecido; el efecto multiplicador trata de que a través de los clientes que adquieren los productos se vaya anunciando a las demás personas la existencia de esta microempresa y de esta manera se pueda atraer nuevos clientes. Por la remuneración y la estabilidad laboral que tienen los trabajadores se cumple el noveno objetivo del Plan del Buen Vivir que establece que debe garantizarse el trabajo digno.

7.4. Impacto empresarial

Tabla N°. 99 Impacto empresarial

	Impacto Empresarial	-3	-2	-1	0	1	2	3
Indicadores								
Cumplimiento de leyes								X
Satisfacción de necesidades								X
Competitividad							X	
Innovación y creatividad							X	
TOTAL							4	6

Elaborado por: La Autora
Año: 2016

$$I. \text{ Empresarial} = \frac{10}{4}$$

$$I. \text{ Empresarial} = 2.5 = \text{Positivo Alto}$$

PINTUARTE genera un impacto positivo alto en lo que respecta al ámbito empresarial puesto que se compromete a cumplir con todas las leyes establecidas para el funcionamiento y permanencia de la microempresa en el mercado, buscando siempre satisfacer las necesidades de los clientes hasta los gustos más exigentes entregando productos de calidad y con una excelente atención, teniendo en cuenta que el cliente es lo principal para la subsistencia del negocio; a través de la constante innovación y la aplicación de la creatividad de las trabajadoras se puede lograr ser una microempresa competitiva. Con este impacto se cumplen dos objetivos del Plan Nacional del Buen Vivir; 4) Fortalecer las capacidades y potencialidades de la ciudadanía, 10) Impulsar la transformación de la matriz productiva.

7.5. Impacto comercial

Tabla N°. 100 Impacto comercial

	Impacto Comercial	-3	-2	-1	0	1	2	3
Indicadores								
Atención al cliente							X	
Calidad y precio							X	
Canal de distribución							X	
Publicidad							X	
TOTAL							8	

Elaborado por: La Autora
Año: 2016

$$I. Comercial = \frac{8}{4}$$

$$I. Comercial = 2 = \text{Positivo Medio}$$

El impacto comercial se ha determinado como positivo medio debido a que la atención que se brindará a los clientes por parte de la vendedora será excelente, además que podrá tomar sugerencias por parte de ellos y pueden hacer pedidos de diseños personalizados; todos los productos serán de buena calidad y tendrán precios al alcance de todos; el canal de distribución utilizado es la venta directa para que pueda interactuar la vendedora con los clientes; la publicidad de la microempresa se la realizará a través del internet mediante las redes sociales pues es lo que está de moda en la actualidad y la mayoría de la población las utiliza.

7.6. Impacto ambiental

Tabla N°. 101 Impacto ambiental

	Impacto Ambiental	-3	-2	-1	0	1	2	3
Indicadores								
Manejo de desechos				X				
Contaminación por olor				X				
Aguas residuales				X				
Uso de químicos				X				
TOTAL				-4				

Elaborado por: La Autora
Año: 2016

$$I. Ambiental = \frac{-4}{4}$$

$$I. Ambiental = -1 = \text{Negativo Bajo}$$

Mediante la ejecución de las actividades de producción de artículos decorativos a base de pintura en tela, se generará un impacto ambiental negativo bajo, esto sucede porque se va a aprovechar al máximo la materia prima y los insumos utilizados para la elaboración de los productos, tratando de no generar gran cantidad de desechos que puedan contaminar el ambiente; la contaminación por el olor de las pinturas utilizadas será muy bajo pues estas no generan olores desagradables; de igual manera el agua no será contaminada con elementos químicos por lo que no se verá muy afectada; respecto al uso de químicos los únicos que se requiere son las pinturas pero estas no contaminan el ambiente y tampoco afectan a la salud humana. El estudio de este impacto indica que se cumple el objetivo 7) Garantizar los derechos de la naturaleza y promover la sostenibilidad ambiental, territorial y global, pues se previene y trata de controlar la contaminación que genera el proyecto.

7.7. Impacto general

A continuación se muestra la matriz resumen de todos los impactos generados por la microempresa con su respectiva valoración:

Tabla N°. 102 Impacto general

	Valoración	-3	-2	-1	0	1	2	3
Impactos								
Impacto social							X	
Impacto económico							X	
Impacto empresarial								X
Impacto comercial							X	
Impacto ambiental				X				
TOTAL				-1			6	3

Elaborado por: La Autora
Año: 2016

$$I. General = \frac{8}{5}$$

$$I. General = 1.6 = \text{Positivo Medio}$$

Esta matriz general de impactos muestra que la puesta en marcha de la microempresa genera un impacto positivo medio, lo que quiere decir que la creación de PINTUARTE es factible, pues brindará beneficios a la población ibarreña.

CONCLUSIONES

- ✓ Mediante el análisis del diagnóstico situacional y la aplicación de la matriz AOOR se determinó que existe la oportunidad de invertir en la microempresa de artículos decorativos, puesto que hay una gran cantidad de aliados y oportunidades que estimulan la ejecución de proyectos que fomenten la producción.
- ✓ El marco teórico es la base técnica – científica con la cual se fundamentaron los diferentes capítulos de este proyecto, se lo compone de definiciones y conceptos citados haciendo referencia a importantes autores, respetando su propiedad intelectual.
- ✓ En el estudio de mercado mediante el análisis de la oferta y la demanda se pudo conocer que existe un porcentaje de demanda insatisfecha en lo que respecta a los productos que se desea ofertar, la misma que será captada en un 5% y de esta manera se puede generar ingresos para la microempresa.
- ✓ A través del estudio técnico se determinó que el lugar óptimo para la localización de la microempresa es en la parroquia El Sagrario en el sector El Milagro debido a que se cuenta con un local propio para esta actividad, aquí se localizará el área administrativa y de producción, mientras que el área de ventas será ubicada en el centro de la ciudad.
- ✓ En el estudio financiero se estableció el monto de la inversión inicial el cual es de \$ 44.103,02, mismo que será financiado con recursos propios el 55% y por el 45% restante se solicitará un microcrédito; en la evaluación financiera se determinó la factibilidad del proyecto puesto que los indicadores analizados arrojaron resultados positivos.
- ✓ En la estructura organizacional se fijó la base filosófica de la microempresa y se diseñó el organigrama estructural con la descripción de cada nivel jerárquico.
- ✓ El estudio de los impactos que genera el proyecto dio un resultado positivo de nivel medio, lo que quiere decir que la puesta en marcha generará beneficios para la población sin afectar de manera negativa al medio ambiente, siendo factible su desarrollo.

RECOMENDACIONES

- ✓ Aprovechar la oportunidad de invertir en la creación de la microempresa de artículos decorativos elaborados a base de pintura en tela, implementando estrategias de comercialización para lograr un posicionamiento en el mercado local.
- ✓ Elaborar el marco teórico guiándose en la normas APA vigentes para evitar conflictos de plagio y tener una referencia teórica en el desarrollo del proyecto.
- ✓ Emplear estrategias de marketing que permitan al cliente conocer los productos que se busca posicionar en el mercado con el objetivo de lograr su fidelización mediante la entrega de productos de calidad y brindando una excelente atención.
- ✓ El área de ventas de la microempresa debe ubicarse en el centro de la ciudad de Ibarra debido a que en este lugar existe gran afluencia de personas y pueden visualizar los diferentes productos que se exhibirán en el local.
- ✓ Es importante cumplir con todos los aspectos definidos en el estudio financiero para asegurar la viabilidad de la microempresa, evitando la existencia de grandes variaciones en los indicadores analizados.
- ✓ La comunicación entre todos los trabajadores que conforman la microempresa es de gran importancia, pues así se podrá conocer cómo avanza y se mantiene ésta en el mercado, además que permitirá tomar las mejores decisiones en caso de presentarse algún tipo de inconvenientes dentro de la organización.
- ✓ Trabajar siempre en virtud de que los impactos social, económico, empresarial, comercial y ambiental sigan creciendo de manera positiva, realizando las actividades productivas sin contaminar el ambiente.

BIBLIOGRAFÍA

Anzola, S. (2010). *Administración de Pequeñas Empresas*. (3ra ed). México: Editorial Mc Graw Hill.

Araujo, D. (2012). *Proyectos De Inversión*. México: Trillas

Baca, G. (2013). *Evaluación de Proyectos*. (7ma ed). México: Editorial Mc Graw Hill

Castro A. (2010). *Proyectos de inversión*. (1ra ed). México.

Chiavenato, I. (2011). *Planeación estratégica: Fundamentos y aplicaciones*. México: Editorial Mc Graw Hill.

Córdoba, M. (2011). *Formulación y Evaluación de Proyectos* (1ra ed.). Colombia.

Epstein, M., y Mantilla, S. (2009). *Administración y medición de los impactos sociales, ambientales y económicos*. (1ra ed).

Flor, G. (2012). *Guía para elaborar planes de negocio*. Quito: Editorial Ecuador.

Flores, J. (2010). *Proyectos de inversión para las PYMES*. (2da ed). Colombia: Ecoe Ediciones.

Hernández, S., y Rodríguez, G. (2012). *Administración, teórica, proceso, áreas funcionales y estrategias para la competitividad*. (3ra ed).

Hair, J., Bush., y Ortinau, D. (2010). *Investigación de mercados en un ambiente de información digital*. (4ta ed). México: Editorial Mc Graw Hill

Izar, M. (2013). *Ingeniería económica y financiera*. México: Trillas.

Limas, S. (2012). *Marketing empresarial*. Bogotá: Ediciones de la U

- Malhotra, K. (2010). *Investigación de mercados*. (5ta ed). México: Pearson Educación.
- Miranda, J. (2010). *Gestión de Proyectos*. Bogotá: Editorial Mc Graw Hill.
- Meza, J. (2013). *Evaluación Financiera de Proyectos*. (3ra ed.). Colombia: Eco Ediciones.
- Palacios, Luis. (2012). *Estrategias de creación empresarial*. Ecoe Ediciones.
- Prieto, J. (2013). *Investigación de Mercados*. (2da ed). Bogotá: Editor Ecoe Ediciones.
- Rojas, D. (2013). *La Biblia del Marketing*. Barcelona: Lexus
- Salazar, F. (2012). *Estrategia, todo lo que se debe conocer y aplicar*. Quito: Editorial Ecuador.
- Sapag, N. (2011), *Proyectos de inversión, formulación y evaluación*. (2da ed). Editores Prentice Hall
- Schnarch, A. (2010). *Marketing para emprendedores*. Bogotá: Ecoe Editores.
- Torres, L. (2011). *Marketing, "Manual de Formación"*. (1ra ed). Colombia: Editorial MAD S.A.
- Varela, R. (2010). *Evolución de Proyectos de inversión*. México: Editorial Mc Graw Hill

LINKOGRAFÍA

Aguilera, C. (2014). Artes decorativas. Recuperado de:

<http://www.crisaguil.com/talleres/pintura-en-tela.html>

Alejos, C. (2012). Pintura y Artistas. Recuperado de:

<http://www.pinturayartistas.com/pintura-sobre-tela/>

Banco Central del Ecuador. (2015). Evolución de las tasas de crédito. Recuperado de:

<http://contenido.bce.fin.ec/documentos/Estadisticas/SectorMonFin/BoletinTasasInteres/ect201511.pdf>

De Vega. (2013). Manos Maravillosas. Recuperado de:

http://www.manosmaravillosas.com/index.php/ideas/artes-decorativas_60/Pintar-tela:-tecnicas-e-ideas2_315

Ecuador en Cifras. (2015). Empleo. Recuperado de:

[http://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/EMPLEO/2015/Septiembre-2015/Informe%20de%20Economia%20Laboral_septiembre2015%20\(final\).pdf](http://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/EMPLEO/2015/Septiembre-2015/Informe%20de%20Economia%20Laboral_septiembre2015%20(final).pdf)

Ecuador en Cifras. (2015). Estadísticas Sociales TIC. Recuperado de :

http://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/Estadisticas_Sociales/TIC/Resultados_principales_140515.Tic.pdf

Fernández, M. (2011). Guía paso a paso para pintar telas. Recuperado de: [https://es.over-](https://es.over-blog.com/Guia_paso_a_paso_para_pintar_telas-1228321783-art222865.html)

[blog.com/Guia_paso_a_paso_para_pintar_telas-1228321783-art222865.html](https://es.over-blog.com/Guia_paso_a_paso_para_pintar_telas-1228321783-art222865.html)

Ghosh, R. (2014). Consejos para pintar telas. Recuperado de:

http://www.ehowenespanol.com/consejos-pintar-telas-manera_319994/

Godoy, C. (2013). La Microempresa. Recuperado de:

http://repositorio.ute.edu.ec/bitstream/123456789/9396/12/17931_2.pdf

Hernández, J. (2014). Decoración. Recuperado de: <http://definicion.de/decoracion/>

INEC. (2015). Proyecciones Poblacionales. Recuperado de:

http://www.inec.gob.ec/proyecciones_poblacionales/presentacion.pdf

López, V. (2014). Tipos de pintura para tela. Recuperado de:

<http://lasmanualidades.imujer.com/6508/tipos-de-pintura-para-tela>

Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal San Miguel de Ibarra. (2014). Registro de actividades económicas. Recuperado de:

<http://www.ibarraecuador.gob.ec/index.php/servicios-00/descargas/824-registro-de-actividades-economicas-2014>

Massone, M. (2011). Pintura sobre tela. Recuperado de:

http://www.martamassone.com.ar/pintura_sobre_tela.html

Roiger, A. (2010). Pintura sobre tela. Recuperado de:

<http://creartecnicas.blogspot.com/2010/05/pintura-sobre-tela-desde-su-origen-el.html>

ANEXOS

ANEXO 1: Encuesta dirigida a mujeres ibarreñas con edades comprendidas entre los 20 y 65 años.



UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS

CARRERA DE CONTABILIDAD Y AUDITORÍA

Objetivo.- Estructurar un estudio de factibilidad para la creación de una microempresa dedicada a la producción y comercialización de artículos decorativos a base de pintura en tela.

Lea detenidamente las preguntas y responda con una X.

1. Ud. Prefiere comprar artículos decorativos elaborados a base de:

Madera ☐

Bordados ☐

Pintura ☐

Otros.....

2. Conoce la técnica de pintura sobre tela?

Si ☐

No ☐

3. Ha visto artículos decorativos elaborados utilizando esta técnica?

Si ☐

No ☐

4. Mencione en qué lugar

Locales de arte manual ☐

Lugares donde facilitan cursos de manualidades ☐

No ha visto ☐

5. Le gustaría adquirir este tipo de artículos?

Si ☐

No ☐

6. Cuáles artículos decorativos elaborados con esta técnica le gustaría comprar?

Manteles ☐

Cojines ☐

Camisetas ☐

Ninguno ☐

7. Por qué medio le gustaría adquirir estos productos?

Venta directa en almacén ☐

Por medio de internet ☐

Ventas por catálogo ☐

Ninguno ☐

8. Cuanto estaría dispuesto a pagar por estos artículos elaborados a base de pintura en tela?

Manteles \$ 20 – 30 ☐ \$ 31 – 40 ☐ Más \$ 40 ☐ No ☐

Cojines \$ 5 – 15 ☐ \$ 16 – 25 ☐ Más \$ 25 ☐ No ☐

Camisetas \$ 10 – 20 ☐ \$ 21 – 25 ☐ Más \$ 25 ☐ No ☐

9. Cuántas unidades de estos artículos estaría dispuesta a comprar al año?

Manteles 1 - 3 ☐ 3 - 5 ☐ más de 5 ☐ No ☐

Cojines 1 - 3 ☐ 3 - 5 ☐ más de 5 ☐ No ☐

Camisetas 1 - 3 ☐ 3 - 5 ☐ más de 5 ☐ No ☐

10. A través de que medio le gustaría enterarse de las novedades de estos productos?

Prensa ☐

Radio ☐

TV ☐

Redes Sociales ☐

GRACIAS POR SU COLABORACIÓN!

ANEXO 2: Fichas de observación aplicadas a locales que comercializan artículos decorativos.

UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS
CARRERA DE CONTABILIDAD Y AUDITORÍA

FICHA DE OBSERVACIÓN

Empresa Evaluada: Pinturas Bordalíquido

Material:

Madera	<input type="checkbox"/>	Pintura	<input checked="" type="checkbox"/>
Bordados	<input type="checkbox"/>	Otros	<input type="checkbox"/>

Artículos:

Manteles	<input checked="" type="checkbox"/>	Cojines	<input checked="" type="checkbox"/>
Camisetas	<input type="checkbox"/>	Otros:	ofertan cuadros, artículos para la cocina y el baño

Precio:

Manteles	Desde \$25 en adelante	Cojines	Desde \$10 en adelante
Camisetas		Otros	

Diseño:

Estándar	<input checked="" type="checkbox"/>	Innovador	<input type="checkbox"/>
----------	-------------------------------------	-----------	--------------------------

Calidad:

Excelente	<input type="checkbox"/>	Muy buena	<input type="checkbox"/>
Buena	<input checked="" type="checkbox"/>	Regular	<input type="checkbox"/>

Presentación: Los productos se encuentran exhibidos en mostradores y en la pared, este local no comercializa camisetas decoradas.

UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS
CARRERA DE CONTABILIDAD Y AUDITORÍA

FICHA DE OBSERVACIÓN

Empresa Evaluada: Arte Mágico

Material:

Madera ☒ Pintura ☐

Bordados ☐ Otros ☒

Artículos:

Manteles ☐ Cojines ☐

Camisetas ☐ Otros: Figuras de madera

Precio:

Manteles Cojines

Camisetas Otros Los precios varían desde los \$5

Diseño:

Estándar ☒ Innovador ☐

Calidad:

Excelente ☐ Muy buena ☐

Buena ☒ Regular ☐

Presentación: Los productos se encuentran exhibidos en estanterías sin terminar, para que el cliente elija los colores y además puede pedir diseños personalizados.

UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS
CARRERA DE CONTABILIDAD Y AUDITORÍA

FICHA DE OBSERVACIÓN

Empresa Evaluada: Arte Manual

Material:

Madera ☐ Pintura ☒

Bordados ☐ Otros ☐

Artículos:

Manteles ☒ Cojines ☒

Camisetas ☐ Otros: Cuadros decorativos y productos con otros materiales

Precio:

Manteles Desde \$25 Cojines Desde \$ 10

Camisetas Otros

Diseño:

Estándar ☐ Innovador ☒

Calidad:

Excelente ☐ Muy buena ☒

Buena ☐ Regular ☐

Presentación: Los productos se exhiben en mostradores y en la pared; en este lugar no comercializan camisetas decoradas.

UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS
CARRERA DE CONTABILIDAD Y AUDITORÍA

FICHA DE OBSERVACIÓN

Empresa Evaluada: Novedades Lily

Material:

Madera ☐

Pintura ☒

Bordados ☐

Otros ☒

Artículos:

Manteles ☐

Cojines ☒

Camisetas ☐

Otros: Cuadros decorativos y productos con otros materiales

Precio:

Manteles

Cojines Desde \$ 10

Camisetas

Otros: adornos desde \$ 3

Diseño:

Estándar ☐

Innovador ☒

Calidad:

Excelente ☐

Muy buena ☐

Buena ☒

Regular ☐

Presentación: Los productos se exhiben en mostradores y en la pared; existen productos elaborados con fomix.

UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS
CARRERA DE CONTABILIDAD Y AUDITORÍA

FICHA DE OBSERVACIÓN

Empresa Evaluada: Fantasía Manual

Material:

Madera ☐

Pintura ☒

Bordados ☐

Otros ☒

Artículos:

Manteles ☒

Cojines ☒

Camisetas ☐

Otros: Cuadros decorativos y productos con otros materiales

Precio:

Manteles Desde \$25

Cojines Desde \$ 10

Camisetas

Otros

Diseño:

Estándar ☐

Innovador ☒

Calidad:

Excelente ☐

Muy buena ☐

Buena ☒

Regular ☐

Presentación: Los productos se exhiben en mostradores, comercializan productos elaborados con tela fieltro y pañolenci.

ANEXO 3: Tabla de proveedores

Proveedor	Dirección	Teléfono
Almacén Trapos Finos	Av. 6 de Diciembre y Abdón Calderón	023341818
Almacén A Todo Color	Juan de Dios Navas 324 y Jaime Rivadeneira	062957300
Sr. Daniel Sánchez	Chica Narváez 871	062956586

ANEXO 4: Tabla de porcentajes para el pago del Impuesto a la Renta para Personas Naturales establecida por el Servicio de Rentas Internas para el año 2016.

Para el año 2016 la tabla vigente para liquidar el Impuesto a la Renta es la siguiente:

Año 2016 - En dólares			
Fracción Básica	Exceso Hasta	Impuesto Fracción Básica	Impuesto Fracción Excedente
0	11.170	0	0%
11.170	14.240	0	5%
14.240	17.800	153	10%
17.800	21.370	509	12%
21.370	42.740	938	15%
42.740	64.090	4.143	20%
64.090	85.470	8.413	25%
85.470	113.940	13.758	30%
113.940	En adelante	22.299	35%

NAC –DGERCGC15-00003195 publicada en el S.R.O. 657 de 28/12/2015